

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI
AUGMENTED REALITY PADA PRODUK UMKM TELUR OMEGA B-FARM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Pendidikan Multimedia



Oleh:

Rifa Hanifa Mardhiyah

NIM 1808073

**PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN MULTIMEDIA
UPI KAMPUS DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

RIFA HANIFA MARDHIYAH

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI
AUGMENTED REALITY PADA PRODUK UMKM TELUR OMEGA B-FARM

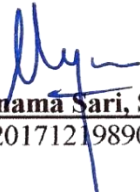
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1



Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.
NIP.920171219860906201

Pembimbing 2



Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds.
NIP.920171219890103201

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Multimedia, Universitas
Pendidikan Indonesia



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.
NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul ***“Perancangan Desain Kemasan Dengan Implementasi Augmented Reality Pada Produk UMKM Telur Omega B-Farm”*** sepenuhnya merupakan hasil karya asli penulis. Tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiarisme atau kutipan konten yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa karya saya melanggar etika ilmiah, atau ada pihak lain yang mempermasalahkan kebenaran karya saya, maka saya bersedia menanggung risiko atau sanksi yang telah ditetapkan.

Bandung, 4 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Rifa Hanifa Mardhiyah

NIM.1808073

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul *“Perancangan Desain Kemasan Dengan Implementasi Augmented Reality Pada Produk UMKM Telur Omega B-Farm”*. Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi umatnya.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan Multimedia. Selama penyusunan skripsi ini tentunya peneliti tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada:

1. Bapak Fahmi Candra Permana, S.Si., M.T. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah mengkoordinir kegiatan skripsi pada Angkatan 2018.
2. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, nasehat, dan bimbingan kepada peneliti.
3. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, nasehat, dan bimbingan kepada peneliti.
4. Bapak dan Ibu dosen Program studi Pendidikan multimedia yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama masa perkuliahan.
5. Bapak Budi Santoso dan ibu Deasty selaku pengelola UMKM B-Farm yang telah berkenan menjadi objek penelitian ini dan membantu peneliti dalam memperoleh data.
6. Ibu Sri Suci Yuniar, ST., MT. selaku Dosen ITENAS Jurusan Teknik Industri Sebagai validator ahli media pada penelitian ini.
7. Bapak Hendriyana, ST., M.Kom selaku Dosen UPI Kampus Cibiru jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) Sebagai validator ahli media penelitian ini.

8. Kedua Orang tua, Umi dan Abi atas restu dan ridhanya yang selalu menjadi sumber semangat peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kakak-kakak tersayang yang selalu memberikan dukungan, dan saran dimanapun dan kapanpun.
10. Kerabat peneliti yang turut membantu dan mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan dan seluruh teman prodi Pendidikan Multimedia Angkatan 2018 yang selalu bersama dalam suka dan duka serta kerjasama, solidaritas dan dukungan yang diberikan satu sama lainnya.
12. Serta berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian ini tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada peneliti mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT, Aamiin. Mohon maaf apabila peneliti ada kesalahan maupun kekeliruan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja selama penelitian skripsi. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian laporan akhir ini. maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat.

Bandung, 30 Juni 2022



Rifa Hanifa Mardiyah

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI
AUGMENTED REALITY PADA PRODUK UMKM TELUR OMEGA B-FARM**

Rifa Hanifa Mardhiyah

NIM. 1808073

ABSTRAK

UMKM B-Farm merupakan salah satu pengusaha yang bergerak dibidang peternakan khususnya menjual telur omega tiga. Telur yang dijual wajib menggunakan kemasan yang memiliki fungsi sebagai wadah, pelindung, menunjukkan identitas, menyampaikan informasi, membentuk citra perusahaan, dan ergonomik. UMKM B-Farm hanya menggunakan tray telur sebagai kemasannya, hal ini tidak memberikan perbedaan dengan perusahaan telur lainnya meskipun kualitas produk UMKM B-Farm lebih baik, Sulitnya membedakan telur ayam biasa dengan telur omega tiga karena bagian luarnya terlihat sama. Peneliti merancang sebuah desain kemasan telur omega dengan implementasi *augmented reality* yang memuat informasi tentang telur omega. Informasi dapat diakses dengan cara melakukan *scanning QR code* yang tertera pada desain kemasan telur omega, lalu memindainya menggunakan *smartphone*. Metode penelitian yang digunakan, yaitu Metode D&D model J.Ellis & Levy dengan enam tahap yaitu: Identifikasi Masalah, Mendeskripsikan Tujuan, Desain dan Pengembangan, Uji Coba, Evaluasi Hasil Uji Coba, Mengkomunikasikan Hasil Ujicoba. Terdapat Uji coba ahli media dan Uji Coba pengguna media terhadap desain kemasan dan *augmented reality*. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* sangat layak digunakan sebagai media promosi pada UMKM B-Farm dengan persentase ahli media pada desain kemasan sebesar 100 %, pada *augmented reality* sebesar 83,33% skor tersebut tergolong kategori sangat layak digunakan. Sedangkan perolehan hasil angket respon pengguna media terhadap kemasan sebesar 90,62 %, dan *augmented reality* sebesar 90,31% yaitu tergolong kategori sangat baik.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Media Promosi, *Augmented Reality*.

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI
AUGMENTED REALITY PADA PRODUK UMKM TELUR OMEGA B-FARM**

Rifa Hanifa Mardhiyah

NIM. 1808073

ABSTRAK

UMKM B-Farm is one of the entrepreneurs engaged in animal husbandry, especially selling omega three eggs. Eggs sold are required to use packaging that has the function of a container, protector, show identity, convey information, form a company image, and ergonomics. B-Farm UMKM only use egg trays as packaging, this does not provide a difference from other egg companies even though the quality of B-Farm UMKM products is better, it is difficult to distinguish ordinary chicken eggs from omega three eggs because the outside looks the same. Researchers designed an omega egg packaging design with an augmented reality implementation that contains information about omega eggs. Information can be accessed by scanning the QR code listed on the omega egg packaging design, then scanning it using a smartphone. The research method used, namely the J. Ellis & Levy model D&D method with six stages, namely: Problem Identification, Describing Objectives, Design and development, Trial, Trial, Evaluation of Trial Results, Communicating Trial Results. There are media expert trials and media user trials on packaging design and augmented reality. The conclusion of this study shows that packaging design with the implementation of augmented reality is very feasible to be used as a promotional medium for B-Farm MSMEs with a percentage of media experts in packaging design of 100%, in augmented reality of 83.33% the score is classified as a very feasible category to use. Meanwhile, the results of the questionnaire for the response of media users to packaging were 90.62%, and augmented reality was 90.31%, which is classified as an excellent category.

Keywords: Packaging Design, Promotional Media, Augmented Reality.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRAK</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Promosi dan Media Promosi.....	8
2.1.1 Pengertian Promosi.....	8
2.1.2 Media Promosi.....	9
2.1.3 Tujuan dan manfaat media promosi.....	9
2.1.4 Macam-macam media promosi.....	10
2.2 Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR) Sebagai Media Promosi.....	12
2.2.1 Aplikasi pengembangan <i>Augmented Reality</i>	16
2.3 Desain Kemasan.....	16

2.3.1 Fungsi Kemasan.....	17
2.3.2 Manfaat dan Tujuan Kemasan dan Label	20
2.3.3 Indikator Kemasan Produk	21
2.3.4 Desain Grafis pada Kemasan	21
2.4 Kemasan dengan Augmented Reality sebagai Media Promosi	23
2.5 Perusahaan Telur Omega B-Farm atau Buchacillo’s Farm	24
2.6 Telur Omega	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Partisipan.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Observasi.....	32
3.4.2 Wawancara.....	32
3.4.3 Angket.....	32
3.5 Instrumen Penelitian	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.7 Prosedur Penelitian	37
3.7.1 Tahap Identifikasi Masalah (<i>Identify the Problem</i>)	37
3.7.2 Tahap Mendeskripsikan Tujuan (<i>Describe the Objectives</i>).....	37
3.7.3 Tahap Desain dan Pengembangan Produk (<i>Design & Development The artifact</i>)	37
3.7.4 Uji Coba Produk (<i>Test the Artifact</i>).....	38
3.7.5 Tahap Evaluasi Hasil Uji Coba (<i>Evaluate testing result</i>)	38

3.7.6 Tahap Mengkomunikasikan Hasil Uji Coba (<i>Communicating the Testing</i>).....	38
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Tahap Identifikasi Masalah (<i>Identify the Problem</i>)	39
4.2 Tahap Mendeskripsikan Tujuan (<i>Describe the Objectives</i>).....	41
4.3 Tahap Desain dan Pengembangan Produk (<i>Design & Development the Artifact</i>)	42
4.5 Uji Coba Produk (<i>Test the Artifact</i>)	81
4.6 Tahap Evaluasi Hasil Uji Coba (<i>Evaluate testing result</i>)	86
4.7 Tahap Mengkomunikasikan Hasil Uji Coba (<i>Communicating The Testing</i>).....	87
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Implikasi	89
5.3 Rekomendasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen untuk pengguna media	33
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Penilaian Validasi Ahli	35
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Skor	36
Tabel 4.1 Panduan Gaya (<i>Style</i>).....	46
Tabel 4. 2 Hasil Desain Kemasan	52
Tabel 4.3 Hasil Analisis Cakupan Materi	60
Tabel 4.4 Spesifikasi <i>smartphone</i> pengguna	61
Tabel 4.5 Sumber Koleksi Grafis.....	62
Tabel 4.6 Sumber Video dan animasi	63
Tabel 4. 7 <i>ScreenShot Adegan</i> video durasi 02:48.....	66
Tabel 4.8 Proses Produksi Media dengan Zapworks	77
Tabel 4. 9 Hasil Validasi Ahli Media Terhadap Desain Kemasan	82
Tabel 4.10 Hasil Validasi Ahli Media Terhadap <i>Augmented Reality</i>	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Coba Respon Pengguna Terhadap Desain kemasan.....	84
Tabel 4.12 Hasil Respon Pengguna Media Terhadap <i>Augmented Reality</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Marker-Based AR</i>	13
Gambar 2. 2 Sumbu X,Y, Z pada marker	14
Gambar 2. 3 filter AR pada kemasan fanta.	15
Gambar 2. 4 AR pada kemasan Heinz tomato ketchup.	15
Gambar 2. 5 Perbedaan Telur Omega dengan Telur Ayam Biasa	26
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian	28
Gambar 4. 1 Tray Telur Omega B-Farm.....	43
Gambar 4. 2 Sketsa Kemasan	45
Gambar 4. 3 Sketsa Pengukuran Kemasan	45
Gambar 4. 4 Palet Warna Desain Kemasan	47
Gambar 4. 5 Font Product Sans	47
Gambar 4. 6 Referensi karakter	48
Gambar 4. 7 karakter telur omega.....	48
Gambar 4. 8 Pembuatan pola kemasan digital.....	49
Gambar 4.9 Pemberian warna pada kemasan	50
Gambar 4.10 Menempatkan Gambar dan Tulisan pada Kemasan.....	50
Gambar 4.11 Pembuatan inner kemasan.....	51
Gambar 4.12 Penempatan <i>Qr code</i> pada kemasan.....	52
Gambar 4.13 Bentangan Kemasan.....	55
Gambar 4. 14 Peletakan Logo.....	56
Gambar 4. 15 keterangan butir telur	56
Gambar 4. 16 Keterangan Nama Produk	56
Gambar 4. 17 Ilustrasi Karakter.....	57
Gambar 4. 18 <i>Expired Date</i>	57
Gambar 4. 19 Alamat dan Kontak	57
Gambar 4. 20 Simbol Pada Kemasan.....	58
Gambar 4. 21 <i>Prototype</i> Desain Kemasan	59
Gambar 4. 22 <i>flowchart augmented reality</i>	65

Gambar 4.23 proses pembuatan karakter	71
Gambar 4.24 Pembuatan tampilan cover menu	72
Gambar 4. 25 pembuatan tampilan menu	72
Gambar 4. 26 pembuatan tampilan resep.....	73
Gambar 4. 27 Pembuatan tombol (<i>button</i>).....	73
Gambar 4.28 Proses animasi.....	74
Gambar 4. 29 proses animasi	74
Gambar 4. 30 <i>Setting Composition</i>	75
Gambar 4. 31 Import projek pada adobe premiere	75
Gambar 4.32 Tes AR pada <i>smartphone</i>	80
Gambar 4. 33 Test AR pada kemasan Komprehensif.....	81
Gambar 4.34 Persamaan (1).....	81
Gambar 4. 35 Persamaan (2).....	83
Gambar 4. 36 Revisi Media	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Terstruktur.....	95
Lampiran 2 Sketsa dan Net Kemasan	102
Lampiran 3. Surat Persetujuan Validasi Ahli Media	108
Lampiran 4. Penilaian Validator	110
Lampiran 5. Hasil Validasi Ahli Terhadap Desain Kemasan	116
Lampiran 6 Hasil Validasi Ahli Terhadap AR.....	117
Lampiran 7. Hasil Respon Pengguna Media Terhadap Desain Kemasan	118
Lampiran 8 Hasil Respon Pengguna Media Terhadap AR	119
Lampiran 9. Surat Permohonan	123

DAFTAR PUSTAKA

- Alessi, S. M. and S. R. T. (2001). *Multimedia for Learning: Methods and Development*. 3rd ed. In *Massachusetts: A Pearson Education Company* (3rd ed.). Pearson: 3rd edition (November 19,2000).
- Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik). *Bayumedia Publishing Malang*, 16(4), 293–303.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Firmansyah, A. M. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). qiara media. <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hartanti, M., & Nurviana, N. (2019). Kajian Kesiapan Masyarakat Menerima Penggunaan Teknologi Augmented Reality Studi kasus: Desain Kemasan Oleh-oleh UMKM Khas Jawa Barat. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 18(1), 20. https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v1i18.5084
- Hendratman, H. (2017). *Computer Graphic Design* (3rd ed.). INFORMATIKA Bandung.
- J. Ellis, T., & Levy, Y. (2010). A Guide for Novice Researchers: Design and Development Research Methods. *Proceedings of the 2010 InSITE Conference*, 107–118. <https://doi.org/10.28945/1237>
- Kartaatmadja, H. (2015). Studi Ilustrasi Karakter Anak Indonesia Untuk Rekomendasi Pembuatan Buku Cergam Anak. *Seminar Nasional Cendekiawan*. <https://doi.org/2460-8696>
- Lestari, D. A. S. (2013). *Redesain Kemasan Produk Makanan Ringan“ Aneka Gorengan Super 2R .”*
- Morishita, T. Y., Rutllant-labeaga, J., & Karcher, D. (2021). *Egg Diagnostics Failure to Hatch*. 462–476.
- Muntahanah, M., Toyib, R., & Ansyori, M. (2017). Penerapan Teknologi Augmented

- Reality Pada Katalog Rumah Berbasis Android (Studi Kasus Pt. Jashando Han Saputra). *Pseudocode*, 4(1), 81–89. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.4.1.81-89>
- Muzami, A., Nurhayati, O. D., & Martono, K. T. (2016). Aplikasi Identifikasi Citra Telur Ayam Omega-3 Dengan Metode Segmentasi Region Of Interest Berbasis Android. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 4(2), 380. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.4.2.2016.380-388>
- Nadira, Z., Sujaini, H., & Pratiwi, H. S. (2016). Implementasi Augmented Reality Pada Brosur Teknik Informatika Universitas. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 1–6.
- Naufalina, F. E. (2020). Peranan Utama Pada Anyaman Bambu Sebagai Kemasan Telur Asin Brebes. *Jurnal ATRAT*, 8(2), 195–202.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (S. H. Luthfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Oktavia, R. (2020). Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eskrim AICE di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI). *Ekonomi Syariah*, 25(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034><https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711><http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Peppers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). A design science research methodology for information systems research. *Journal of Management Information Systems*, 24(3), 45–77. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240302>
- Perdana, P. H. (2018). Perancangan Media Promosi Waroeng Makan Kalkoen Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition. *Tugas Akhir*.
- Prabowo, A. Z., Satoto, K. I., & Martono, K. T. (2015). Perancangan dan Implementasi Augmented Reality sebagai Media Promosi Penjualan Perumahan. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 3(1), 161–170.

RIFA HANIFA MARDHIYAH, 2022

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI AUGMENTED REALITY PADA UMKM TELUR OMEGA B-FARM

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<https://doi.org/10.14710/jtsiskom.3.1.2015.161-170>

- Prameswari, N. S. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 179. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>
- Pratiwi, M. C. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Augmented Reality Pocket Book (ARPOOK) Pada Materi Bangun Ruang Sisi Datar. *Repository.Upi.Edu, pendidikan*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Putra, P. H. (2016). *Pengembangan Media Pembelajaran Mobile game Android pada Konsep Ikatan Kimia*.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan* (E. Risanto (ed.)). Penerbit ANDI.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (T. Fitriastuti & Kiswanto (eds.); 1st ed.). Mulawarman University Press. <https://feb.unmul.ac.id/uploads1manajemen/files/Buku-Rahmawati-Manajemen-Pemasaran.pdf>
- Richey, R. C., & Klein, J. D. (2007). *Design And Development Research: Methods, Strategies, And Issues*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru -Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.
- S, M. B. A., Widiyanto, D., & Artambo, B. (2020). Klasifikasi Telur Ayam Omega-3 Menggunakan Metode Support Vector Machine. *Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi Dan Keamanan Siber*, 19(20), 37–43.
- SAMODRO.SSN., M. H. (2018). Modul Mata Kuliah Desain Kemasan. *Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya*, 1–61.
- Sidik, M. F., & Vivivanti, V. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Pada Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Android Untuk Materi Instalasi Jaringan

RIFA HANIFA MARDHIYAH, 2022

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DENGAN IMPLEMENTASI AUGMENTED REALITY PADA UMKM TELUR OMEGA B-FARM

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Komputer. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(1), 14–28. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/542>
- Sidiq, M. A. (2020). *Penerapan Metode Design Thinking Untuk Perancangan Aplikasi Manajemen Penanganan Barang Bukti Digital (Studi Kasus: Data Multimedia)*. 72.
- Stewart, B. (2004). *Packaging design strategy*. 176.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kenacana, P. K. D. (2017). Pengemasan pangan kajian pengemasan yang aman, nyaman, efektif dan efisien. *Udayana University Press*, 1–178.
- Sudjana. (2020). Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan: Efektivitas Perlindungan Desain Industri Atau Merek). *Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar*, 4(1), 37–39.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Susilo, B. S., Banindro, B. S., & Yulianto, Y. H. (2015). Perancangan Media Promosi “Roseveelt Florist” Surabaya. *Jurnal Interaktif*, 1.
- Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (R. Watrianthos & J. Simarmata (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Velasco, C., & Spence, C. (2018). Multisensory packaging: Designing new product experiences. In *Multisensory Packaging: Designing New Product Experiences*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94977-2>
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Belajar. <https://kemenkopukm.go.id/read/menkopukm-sarankan-umkm-peternak-unggas-untuk-berkoperasi-agar-capai-skala-bisnis>
- <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>