

BAB V: Penutup

5.1. Kesimpulan

Jajanan dan camilan tradisional harus tetap dilestarikan, dijual lebih modern agar tetap memiliki daya tarik untuk dibeli oleh konsumen. Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tapi juga bisa menjadi media promosi yang menarik minat konsumen jika dirancang dengan tepat sasaran. Jika didesain dengan baik dan tepat sasaran, desain kemasan dapat menarik minat konsumen sehingga jajanan tradisional seperti Getuk Tri Warna khas Magelang ini tetap diminati oleh anak muda.

Perancangan kemasan dari Getuk Tri Warna Eco ini memiliki khalayak sasaran anak muda (18-25) tahun karena menurut data, usia tersebut merupakan usia yang paling suka makan dan berbelanja camilan. Menurut survey yang dilakukan kepada 31 responden berusia 18-25 tahun, kemasan Getuk Tri Warna merk Eco yang digunakan sekarang masih kurang menarik untuk anak muda, sehingga inovasi re-desain kemasan untuk khalayak sasaran berusia muda (18-25 tahun) cukup dibutuhkan untuk menarik minat konsumen yang menurut data, suka membeli dan memakan camilan atau jajanan. Desain kemasan menggunakan *tone & manners* dari brand Getuk Eco, digabungkan dengan warna yang diambil dari getuk Tri Warna itu sendiri sehingga menghasilkan kesan yang *colorful* dan menarik untuk anak muda. Latar belakang, ilustrasi dan maskotnya pun didesain agar terlihat lebih dinamis dan sederhana sehingga tidak terlihat kaku dan lebih cocok untuk anak muda yang cenderung lebih dinamis.

Media pendukung pada perancangan ini juga sebagian besar menggunakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh anak muda (18-25 tahun) berdasarkan survey yaitu Instagram, sehingga promosi inovasi kemasan baru ini dapat lebih banyak menjangkau sasaran yang tepat. Media pendukung pada perancangan ini juga didesain dengan konsep desain yang sama dengan media utama (kemasan) sehingga khalayak sasaran dapat lebih tertarik dahulu saat melihat media pendukung, hingga melanjutkan pencarian mengenai kemasan baru Getuk Tri Warna Eco yang sudah dirancang.

Perancang berharap dengan adanya kemasan baru yang memiliki sasaran anak muda ini, anak muda tidak suka membeli jajanan dan camilan modern saja, tapi juga suka membeli dan memakan camilan tradisional daerah seperti Getuk Tri Warna Eco yang sedang berinovasi agar jajanan tradisional tetap lestari dan memiliki peminat khususnya kaum muda yang merupakan usia yang suka makan dan berbelanja camilan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, diharapkan Getuk Tri Warna Eco dapat terus berinovasi khususnya dalam hal kemasan untuk membuat inovasi varian sesuai target sasaran sehingga dapat memperluas pasar dan lebih menarik minat konsumen, dan semua produk jajanan dan camilan khas berbagai daerah di Indonesia juga ikut berinovasi melakukan perancangan-perancangan inovasi kemasan baru agar dapat mengikuti perkembangan zaman, dapat mencapai target anak muda dan tidak terkesan “kuno” karena tradisional. Dengan kemasan jajanan tradisional yang terus berinovasi khususnya memiliki target anak muda, jajanan tradisional pun akan tetap hidup karena terus diminati dari generasi ke generasi dan tidak hilang karena perkembangan zaman dan kalah saing dengan camilan modern yang memiliki kemasan yang menarik bagi anak muda.