

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM POPCORN 88 UNTUK MENAMBAH DAYA
TARIK PEMBELI DI SEMARANG**



Felix Harijanto
18.L1.0065

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2022**

LAPORAN
PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM POPCORN 88 UNTUK MENAMBAH DAYA
TARIK PEMBELI DI SEMARANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Desain



FELIX HARIJANTO

18.L1.0065

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Felix Harijanto

NIM : 18.L1.0065

Progdi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul [Judul Tugas Akhir tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Felix Harijanto

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Popcorn 88
Untuk Menambah Daya Tarik Pembeli di Semarang

Diajukan oleh : Felix Harijanto

NIM : 18.L1.0065

Tanggal disetujui : 29 Juni 2022 Telah setuju oleh

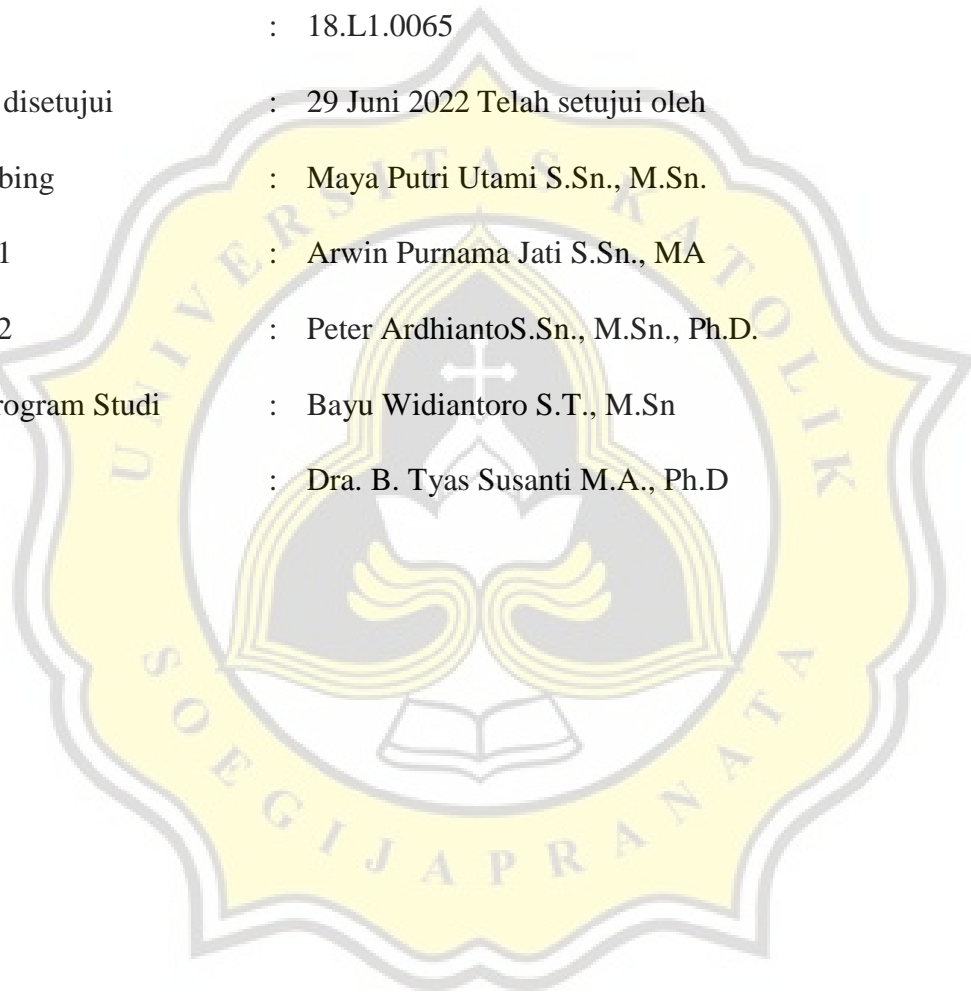
Pembimbing : Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn.

Penguji 1 : Arwin Purnama Jati S.Sn., MA

Penguji 2 : Peter Ardianto S.Sn., M.Sn., Ph.D.

Ketua Program Studi : Bayu Widiatoro S.T., M.Sn

Dekan : Dra. B. Tyas Susanti M.A., Ph.D



**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Felix Harijanto

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Jenis Karya : Desain Grafis

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul “ PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM POPCORN 88 UNTUK MENAMBAH DAYA TARIK PEMBELI DI SEMARANG “ beserta perangkat yang ada. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Semarang, 15 Juli 2022

Yang menyatakan



Felix Harijanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa sehingga penulis diberi untuk menyelesaikan tugas akhir tentang “PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM POPCORN 88 UNTUK MENAMBAH DAYA TARIK PEMBELI DI SEMARANG”. Tugas Akhir berupa perancangan ini dibuat untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Desain.

Tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan serta membantu men-support penulis dalam membuat perancangan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada:

1. Prof. DR. F. Ridwan Sanjaya, MS.IEC selaku Rektor Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Dra. B. Tyas Susanti MA, Ph.D selaku Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Bayu Widiyanto S.T., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Maya Putri Utami H. Angelia, S.Sn selaku Pembimbing Tugas Akhir, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Orang tua, teman, dan sahabat yang memberikan dukungan selaman proses pembuatan perancangan tugas akhir.

Penulis menyadari karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang nantinya dapat digunakan penulis dalam proses perkembangan dan semoga dengan adanya karya tulis ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan juga pihak lain yang membutuhkan.

ABSTRAK

Desain kemasan tidaklah hanya memiliki fungsi proteksi akan tetapi juga fungsi estetika didalamnya yang dimana merupakan salah satu hal yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk dengan menggunakan visual-visual yang memberikan image atau value dari sebuah produk atau perusahaan. Pada kemasan terdapat beberapa unsur pokok yang dimana menjadikan standarisasi sebuah kemasan yang baik seperti logo, komposisi, nutrisi, produksi, tanggal produksi, dan juga tanggal kadaluarsa.

Oleh karena itu dibuatlah sebuah perancangan visual guna meningkatkan penjualan produk tersebut agar dapat menarik dari segi visual yang diaplikasikan pada media kemasan makanan. Menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif yang dimana untuk kualitatif menggunakan studi literatur terdahulu dan untuk data kuantitatif digunakanlah kuesioner dengan menargetkan pada anak-anak dengan range usia yang sudah ditentukan sebagai batasan masalah.

Kata Kunci : Desain Komunikasi Visual, Desain Kemasan, Value Produk

ABSTRACT

Design but only has a protection function as well as the functions in it, which is one thing that can be used to market a product using visuals that provide the image or value of a product or company. On the packaging, several main elements make standardization of a good packaging such as logo, composition, nutrition, production, production date, and also expiration date.

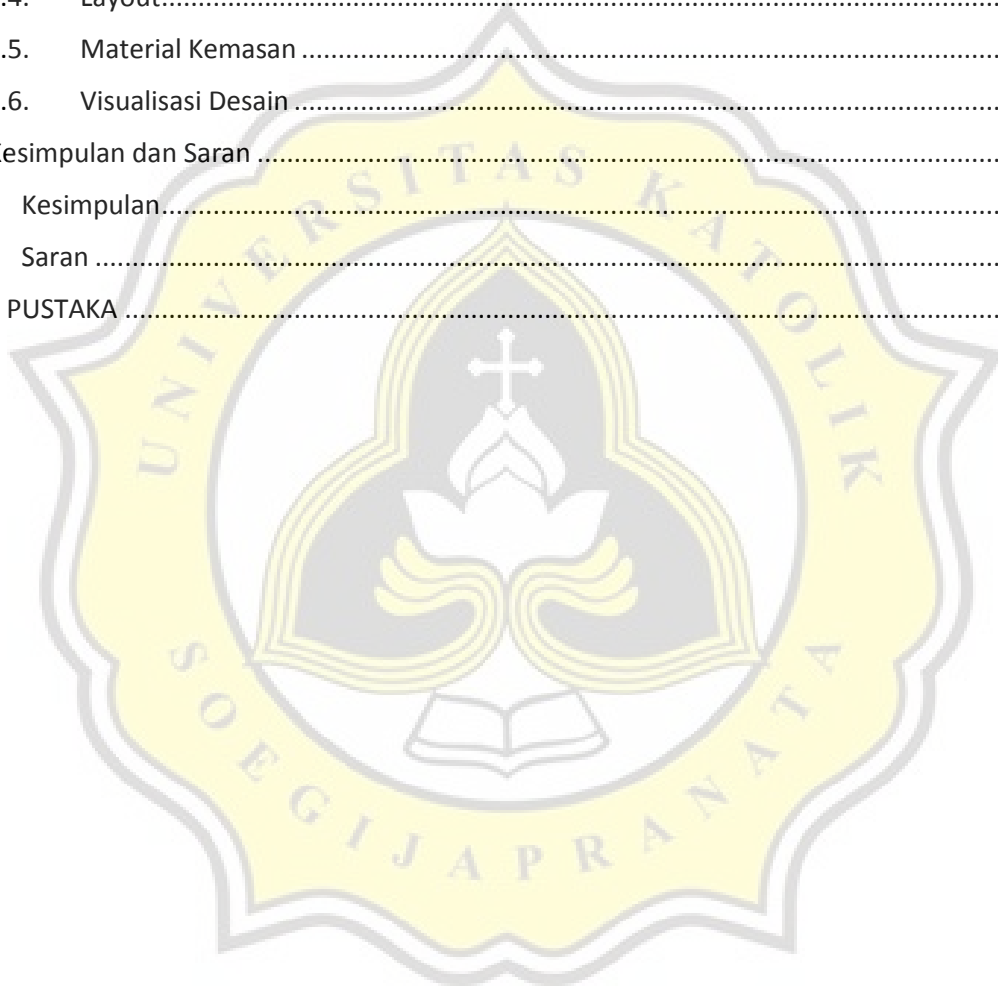
Therefore, a visual design was made to increase sales of these products to be visually attractive which was applied to food packaging media. Using qualitative and quantitative data collection methods, for qualitative using previous literature studies, and quantitative data used questionnaires targeting children within the age range specified as the problem boundary.

Key Word : Visual Communication Design, Packaging Design, Product Value

DAFTAR ISI

Daftar isi	i
Daftar gambar	iii
Daftar bagan	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Perancangan	5
1.6. Manfaat Perancangan	5
1.7. Metode Perancangan	5
BAB II. TINJAUAN UMUM	7
2.1. Komparasi Desain	7
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. Desain Komunikasi Visual	7
2.2.1.1. Warna	8
2.2.1.2. Tipografi	10
2.2.1.3. Layout	12
2.2.1.4. Ilustrasi	12
2.2.2. Desain Kemasan	12
2.2.3. Media Kemasan	14
2.2.4. Branding	15
2.2.5. Brand identity	15
BAB III. STRATEGI KOMUNIKASI	16
3.1. Analisis SWOT	16
Strength	16
3.2. Data	17
3.2.1. Data Wawancara	17
3.2.2. Data Kuesioner	17
3.3. Hasil Analisis	21
3.3.1. Data Kuesioner	21
3.3.2. Data Wawancara	21
3.4. Strategi Komunikasi	21
3.4.1. Pendekatan Verbal	21
3.4.2. Pendekatan Visual	21

3.5. Strategi Media.....	22
3.6. Perencanaan Biaya Kreatif.....	22
Bab IV. Streategi Kreatif.....	23
4.1. Konsep Verbal.....	23
4.2. Konsep Visual.....	23
4.2.1. Tipografi.....	23
4.2.2. Warna.....	23
4.2.3. Ilustrasi.....	23
4.2.4. Layout.....	24
4.2.5. Material Kemasan.....	24
4.2.6. Visualisasi Desain.....	24
Bab V. Kesimpulan dan Saran.....	25
5.1. Kesimpulan.....	25
5.2. Saran.....	25
DAFTAR PUSTAKA.....	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kemasan Popcorn 88.....	3
Gambar 2. Analogus Warna	9
Gambar 3. Font Serif	10
Gambar 4. Font Sanserif	10
Gambar 5. Font Script	11
Gambar 6. Warna Terang Gambar 7. Warna Pastel.....	19
Gambar 8. Ilustrasi 3D Gambar 9. Ilustrasi 2D	19
Gambar 10. Kemasan Pertama	20
Gambar 11. Kemasan Kedua	20
Gambar 12Media kemasan Pouch Kraft Paper berdimensi 13x21 sentimeter.	24



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Target Usia	17
Bagan 2. Domisili.....	18
Bagan 3. Minat Mengunjungi Tempat Wisata	18
Bagan 4. Minat Pada Makanan Ringan	18
Bagan 5. Pengalaman Mengonsumsi Popcorn.....	19
Bagan 6. Warna yang diminati	19
Bagan 7. Minat Ilustrasi	20

