

BAB V. Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan

Pada saat membuat perancangan ulang identitas visual permen susu karamel Baranahan melalui media kemasan. Sebelumnya, harus menganalisis terlebih dahulu melalui semantik produk, kompetitor dan mengetahui *consumer insight* agar dapat menjadi acuan dan mempermudah pada saat visualisasi. Visualisasi pada kemasan merupakan hal yang penting pada saat menilai produk pada penampilan serta kelayakan. Pada media perancangan ini yaitu kemasan dibuat agar menampilkan *image* dan citra yang kuat serta ciri khas produk agar permen susu karamel Baranahan berbeda dari kemasan sejenis lainnya. Perancangan media kemasan ini dapat memberikan dampak yang kuat pada citra produk dan memberikan suatu kesan serta pemahaman pada suatu bahasa yang diterjemahkan melalui visual kemasan. Selain itu, kemasan akan memberikan kesan informatif yang memuat informasi-informasi berupa menginformasikan nilai gizi yang ada pada produk, dan petunjuk suatu cara penyampaian produk dikarenakan informasi tersebut belum tersampaikan sebelumnya.

V.2 Saran

Pada penyusunan perancangan ini, perancang tentunya menyadari bawa perancangan ini jauh dari kata sempurna. Perancang hanya berfokus terhadap citra produk yang membuat berbeda dengan kemasan lainnya. Sehingga masih dapat diperluas pada perancangan selanjutnya. Perancang menyarankan pada perancang selanjutnya, agar memperdalam aspek pada kemasan seperti komunikasi dan promosi karena kemasan bukan hanya sebagai pembeda dari produk sejenis lainnya. Namun, kemasan dapat menjadi media promosi bagi produk yang akan meningkatkan aspek pada penjualan produk.