

## **BAB V. KESIMPULAN**

### **V.1. Kesimpulan**

Cemilan Istimewa Satriojoyo merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di kota Bandung. Cemilan Istimewa Satriojoyo yang bergerak dibidang makanan tentunya memerlukan sebuah kemasan untuk produknya, seiring perkembangan zaman kemasan berfungsi tidak hanya untuk membungkus makanan saja, tetapi kemasan dapat menjadi salah satu media informasi, citra, maupun promosi produk itu sendiri. Pada hal ini fenomena permasalahan yang terjadi pada kemasan produk Cemilan Istimewa Satriojoyo adalah tidak adanya informasi dan pelabelan lengkap pada produk Cemilan Istimewa Satriojoyo. Visual pada kemasan merupakan salah satu hal yang penting karena produk akan dinilai pada penampilannya dan kelayakannya dan hal tersebut menjadi salah satu pengaruh terhadap persepsi konsumen. Pada perancangan ini sebelumnya harus menganalisis terlebih dahulu produk, dan *consumer insight* sebagai acuan dan mempermudah dalam mengolah pada saat visualisasi desain kemasan. Pada media kemasan ini perancangan yang dibuat menampilkan *image* serta citra yang sangat kuat sebagai ciri khas dari produk Cemilan Istimewa Satriojoyo berbeda dengan produk sejenisnya.

### **V.2. Saran**

Pada penyusunan perancangan ini, perancang menyadari bahwa perancangan ini masi jauh dari kata sempurna. Pada perancangan ini hanya difokuskan pada citra dan informasi produk pada kemasan, sehingga masih dapat diperluas pada perancangan selanjutnya. Perancang menyarankan kepada perancang selanjutnya, bahwa kemasan tidak hanya sebagai identitas saja tetapi dapat menjadi salah satu media promosi juga untuk membantu meningkatkan penjualan produk.