

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Dari hasil perancangan ulang identitas visual produk cemilan Dapoer Tsaqil, terdapat dua kategori yaitu media utama dan media pendukung yang dirancang untuk meningkatkan citra dan daya saing produk di pasar. Media utama dalam perancangan ini yaitu kemasan yang terdiri dari kemasan primer menggunakan standing pouch ziplock berbahan plastik aluminium foil dengan berat 100g dan 250g, kemasan ini melindungi produk secara langsung serta memberikan tampilan menarik dan informatif kepada konsumen. Sekunder berupa dus berbahan artpaper 260gsm yang dapat melindungi produk. Desain kemasan sekunder ini juga menambah daya tarik visual yang elegan. Tersier digunakan untuk transportasi skala besar, dibuat dari karton duplex dilapisi kertas samson. Fungsi utamanya adalah melindungi produk selama distribusi. Untuk mendukung distribusi dan promosi kemasan, media pendukung yang digunakan yaitu *X Banner* Alat promosi untuk mengenalkan kemasan baru, *Flyer* dan poster Media cetak yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kemasan baru, baik secara langsung maupun melalui media sosial, *merchandise* mencakup *notebook*, *totebag*, *mug*, pin, gantungan kunci, *tumbler*, kaos, apron, *lanyard*, *name tag*, kartu bisnis. *Merchandise* ini digunakan sebagai alat branding dan promosi yang menarik bagi konsumen. Dan konten media sosial Instagram yaitu membuat Feed Instagram yang dibuat secara profesional untuk menginformasikan keberadaan kemasan baru dan menarik interaksi dengan konsumen secara online. Perancangan ini memberikan manfaat signifikan bagi Dapoer Tsaqil dalam membangun citra merek yang lebih profesional dan menarik. Dengan kemasan yang lebih baik dan strategi promosi yang tepat, Produk Cemilan Dapoer Tsaqil dapat meningkatkan kemasan baru yang menarik perhatian akan memudahkan produk untuk bersaing dengan merek-merek lain, dengan media pendukung yang efektif, produk dapat lebih dikenal dan diharapkan terjadi peningkatan penjualan yang signifikan dan Konsistensi visual dari media utama dan pendukung akan memperkuat merek Dapoer Tsaqil di benak konsumen, membangun loyalitas, dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

## **V.2 Saran**

Studi kasus pada Produk Cemilan Seblak Kering Dapoer Tsaqil menunjukkan bahwa meskipun produk tersebut telah sukses di pasar, tantangan tetap ada dalam aspek kemasan, khususnya terkait daya tarik visual, konsistensi desain, dan kejelasan informasi. Hal ini menekankan pentingnya kemasan yang profesional dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan peningkatan pada desain kemasan, baik melalui inovasi baru maupun perancangan ulang identitas visual yang lebih konsisten dan informatif. Dengan demikian, Produk Cemilan Dapoer Tsaqil dapat lebih efektif dalam menarik konsumen dan mempertahankan keunggulan di pasar.