



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Sebuah perancangan desain kemasan memerlukan penelitian yang mendalam dari berbagai hal seperti perilaku konsumen dan studi pustaka yang digunakan sebagai dasar pembuatan konsep kemasan *ready stock Pelangi Cake*. Selama perancangan ini dapat disimpulkan bahwa *Pelangi Cake* memang memerlukan desain kemasan yang dapat mengidentifikasi citra *Pelangi Cake* dan dikenali oleh target konsumennya. Target konsumen *Pelangi Cake* juga mengatakan bahwa toko kue sekelas *Pelangi Cake* seharusnya memiliki kemasan yang lebih layak dan menarik sesuai dengan kue-kuenya yang enak. Kemasan yang hanya menggunakan plastik mika yang ditempel dengan stiker oval di atasnya dirasakan oleh target konsumen kurang pantas untuk toko kue sekelas *Pelangi Cake*. Target konsumen *Pelangi Cake* lebih memilih kemasan dengan kombinasi karton yang mencantumkan gambar yang lucu dan warna yang menarik dengan plastik mika. Plastik mika digunakan agar kue masih tetap dapat terlihat dengan jelas.

Penulis sebagai jembatan dalam membuat visual yang diinginkan oleh konsumen dan juga klien. Penulis harus dapat membuat desain yang dapat dikenali oleh target konsumen sehingga target konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu penulis juga harus memperhitungkan biaya produksi yang

harus dikeluarkan untuk memproduksi desainnya sehingga klien tidak dirugikan begitu pula dengan konsumen.

Setelah melakukan penelitian dan pengembangan desain kemasan *Pelangi Cake* dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Desain kemasan *ready stock Pelangi Cake* harus dapat melindungi produknya agar tidak rusak. Desain kemasan *Pelangi Cake* baru yang dibuat lebih kuat karena terdiri dari bahan karton yang berbentuk sesuai bentuk kue. Pada umumnya kemasan kue memang menggunakan karton sebagai bahan utama untuk melindungi produknya. Desain kemasan yang baru ini juga dapat berdiri kokoh, dan rapih jika di susun dalam outlet-outlet *Pelangi Cake*.

2. Desain grafis permukaan kemasan *ready stock Pelangi Cake* yang sesuai dengan target konsumen adalah desain dengan warna-warna cerah dan menarik. Desain dibuat dengan ilustrasi yang ceria sesuai dengan *tagline Pelangi Cake* “bring happiness to you” dan sesuai dengan target konsumen yakni anak-anak. Sebagian besar target konsumen menyukai apabila kemasan yang di desain menggunakan gambar-gambar yang lucu.

3. Visual yang dibuat dalam kemasan ini juga *tagline Pelangi Cake*. Kemasan ini dapat menyampaikan identitas *Pelangi Cake* dengan baik seperti info kontak, logo, info cabang, nama kue, dan logo halal dicantumkan agar konsumen dapat dengan cermat melihat identitas *Pelangi Cake* dan dapat mengenalnya. Warna yang diaplikasikan dalam kemasan ini juga menggunakan warna-warna yang terang dan menarik perhatian, menggunakan warna-warna pelangi yang cenderung terang dan ceria. Tipografi yang digunakan mudah dibaca dan bersifat

*fun* serta menggunakan ukuran yang sesuai agar tercipta hirarki pada kemasan melalui tipografi tersebut. Mulai dari informasi yang paling penting sampai informasi yang kurang penting menggunakan ukuran yang lebih kecil dari ukuran yang penting dan paling penting.

## 5.2. Saran

*Pelangi Cake* disarankan untuk memperhatikan desain kemasan yang sangat perlu untuk mengkomunikasikan citra dan *positioning Pelangi Cake* kepada target konsumen serta menyampaikan identitas *Pelangi Cake* dengan komunikatif. Kemudian agar dapat berlanjut kepada kemasan yang lain, bukan hanya sekedar kemasan *ready stock* tetapi juga kemasan *custom*. Kemasan sangatlah penting bagi dunia pemasaran. Selain sebagai media komunikasi, kemasan juga berfungsi sebagai pemikat bagi konsumen sehingga dibutuhkan untuk membuat kemasan yang semenarik mungkin untuk dapat mencapai sasaran penjualan.

U M N