

# Perancangan Desain Kemasan Kerupuk "Mekar Sari" Sidoarjo

**Ariel Tanadhy<sup>1</sup>, A. J. Soehardjo<sup>2</sup>, Budi Prasetyadi<sup>3</sup>**  
<sup>123</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
 Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
 Email: ari\_tan9@yahoo.com

## Abstrak

"Mekar Sari" merupakan perusahaan kerupuk yang berdiri kurang lebih 25 tahun. Semakin banyaknya persaingan pasar, membuat suatu perusahaan harus melakukan suatu inovasi. Maka dari itu dibuatlah varian kemasan produk "Mekar Sari" ini karena selama ini perusahaan ini hanya menjual produk dengan kemasan 5kg saja. Tujuan dari perancangan ini membuat suatu varian kemasan yang inovatif dan menarik perhatian konsumen serta sesuai karakteristik produk. Metode yang digunakan adalah metode wawancara dengan menggali kebutuhan konsumen. Dengan dibuatnya varian ini diharapkan mampu menaikkan pendapatan dan citra perusahaan dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

**Kata kunci:** Perancangan, Kemasan, Kerupuk, Mekar Sari, Sidoarjo.

## Abstract

**Title:** *Packaging Design "Mekar Sari" Crackers Sidoarjo*

"Mekar Sari" is a cracker company that stands approximately 25 years. The increasing number of market competition, create a company should do an innovation. Thus the packaging made the product variant "Mekar Sari" is because so far the only company selling the product with only 5kg packs. The purpose of this design makes a variant of innovative packaging and attract the attention of consumers and the corresponding product characteristics. The methods used were interviews with digging the needs of consumers. With the establishment of this variant is expected to raise revenue and the company's image and able to compete with other competitors.

**Keywords:** *Design, Packaging, Crackers, Mekar Sari, Sidoarjo.*

## Pendahuluan

Makanan ringan pada saat ini menjadi kebutuhan yang harus ada di masyarakat. Tidak dipungkiri makanan ringan sangat digemari dimasyarakat, dari usia muda hingga tua. Karena makanan ringan menjadi teman yang sangat pas untuk menemani di saat sedang bersantai ataupun melakukan aktifitas yang tidak terlalu rumit. Maka dari itu pasar makanan ringan juga tidak bisa dianggap remeh, karena besarnya permintaan menjadikan bisnis makanan ringan banyak ditekuni banyak orang saat ini, selain itu juga karena omset yang dihasilkan tidak sedikit. Terutama yang paling umum dan sering ditemui adalah kerupuk, selain sebagai makanan ringan kerupuk juga biasa banyak digunakan untuk teman makan makanan berat, seperti nasi goreng, tahu tek, gado-gado dan masih banyak lagi. Krupuk adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang atau

ikan. Kerupuk dibuat dengan mengukus adonan sebelum dipotong tipis-tipis, dikeringkan di bawah sinar matahari atau oven dan digoreng.

Salah satu pabrik yang memproduksi kerupuk adalah "Mekar Sari". Berdiri selama 25 tahun. Perusahaan ini berdiri di Sidoarjo, Jawa Timur. Memproduksi berbagai macam kerupuk, diantaranya sari udang, poleng, bawang (bibir dan putih), tersanjung, dan pesta, dan dikemas dalam kemasan 5 kg saja. Yang menjadi produk unggulan perusahaan ini adalah kerupuk sari udang, sari udang adalah jenis kerupuk yang berukuran kecil, panjang nya kira kira hanya 3 cm, terbuat dari tepung, micin, garam, gula, bawang putih dan bumbu perasa.

Dan saat ini semakin banyak bermunculan produk kerupuk dengan produk yang sama, harga yang sama, kualitas yang sama, dan dijual melalui distributor yang sama, banyaknya persaingan produk kerupuk

yang ada membuat pendapatan produk Mekar Sari stabil dan terkadang mengalami penurunan dan tidak mengalami kemajuan penjualan yang signifikan. Saat ini *awareness* masyarakat terhadap produk kerupuk di masyarakat didominasi oleh Finna, dan menjadi kompetitor kerupuk terkuat, Finna memiliki berbagai macam jenis produk kerupuk dan memiliki *brand* yang sangat kuat, dan di kemas dalam berbagai jenis kemasan.

Untuk bisa melakukan persaingan terhadap kompetitor banyak hal dan inovasi yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah melakukan perubahan baru terhadap desain kemasan dan melakukan varian terhadap kemasan produk, karena menurut data survey yang dilakukan selama ini kemasan yang dimiliki Mekar Sari biasa saja dan kurang menarik dan hanya melakukan pengemasan produk dalam kemasan 5kg, dan dijual secara partai distributor atau agen saja. Maka dari itu dibuat sebuah varian kemasan yang kecil untuk bisa memasuki toko-toko oleh-oleh atau supermarket untuk bisa menjangkau konsumen secara individual.

Menurut Drs. A.D.Pirous, MA (2007) dalam bukunya "Desain Grafis Pada Kemasan"

- Suatu mutu kemasan dapat menumbuhkan kepercayaan dan pelengkap citra diri dan mempengaruhi calon pembeli untuk menjatuhkan pilihan terhadap barang yang dikemasnya.
- Perencanaan yang baik dalam hal ukuran dan bentuk, sehingga efisien dan tidak sulit dalam hal pengepakan, pengiriman serta penempatan, demikian pula penyusunan dalam lemari pajang.
- Melalui bentuk dan tata rupa yang dimilikinya kemasan berfungsi sebagai alat pemasar untuk mempertinggi daya jual barang. Dalam fungsi ini desain bentuk kemasan harus mendapat dukungan penuh dari unsur desain grafisnya, sehingga bentuk kemasan selain menarik harus dapat menyampaikan keterangan dan pesannya sendiri.

## Metode Pengumpulan Data

### Wawancara

Metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, yaitu pemilik, dalam hal ini yaitu dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang diperlukan dan berhubungan dengan hal-hal penting yang perlu diangkat sebagai konten perancangan. Seperti tentang produk, konsumen, masalah yang di hadapi.

### Observasi

Melakukan observasi langsung pada keadaan perusahaan, produk, pesaing pasar, serta membagikan kuisioner pada konsumen sehingga bisa mengerti keinginan pasar.

### Literature

Data di dapat dari sumber tertulis, bacaan umum dan sumber lain yang menunjang suatu yang berhubungan dengan perancangan komunikasi visual dan *packaging*.

## Metode Analisis Data

### Kualitatif

Analisis data menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber yaitu pemilik, dan mencari referensi dari buku ataupun internet yang berhubungan dengan desain kemasan.

### Kuantitatif

Analisis terhadap kuisioner yang dibagikan.

### SWOT

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan perusahaan dengan perusahaan lain.

## Pembahasan

Wawancara yang dilakukan di dua tempat distributor dari "Mekar Sari" yaitu yang pertama di UD.Sumber Rejeki di Sidoarjo, UD.Sumber Alam yang terletak di pasar Pabean Surabaya dan juga pembeli. Menurut Ko Boen Han pemilik UD.Sumber Rejeki dan Pak Sugito pemilik dari UD.Sumber Alam konsumen saat membeli kerupuk adalah yang terutama kualitas produk yang baik dari segi visual kerupuk tersebut maupun rasa, dan harga yang sesuai dengan kantong mereka. Tapi juga tidak sedikit orang yang sudah fanatik terhadap suatu merk dan membeli merk tersebut walaupun mahal karena mereka juga mencari kualitas. Disana agen tidak mengecer kerupuk dengan kemasan 5kg. mereka juga menyediakan pilihan kerupuk dengan kemasan 300gram dan 500gram, sehingga pembeli bisa memilih.

Dan setelah dilakukan survey dan wawancara di tempat tersebut tentang kemasan Mekar Sari (kemasan 5kg) yang ada di tempat tersebut sebagian besar konsumen menganggap kemasan Mekar Sari tidak lebih menarik dari kemasan kerupuk yang ada di tempat tersebut, konsumen lebih memilih kemasan produk lain yang memiliki visual yang lebih full-color dan dipenuhi dengan visual yang terkesan ramai.

Jadi kesimpulan yang bisa diambil dari para konsumen saat membeli kerupuk yang terutama mereka lihat adalah tampilan visual dari produk

tersebut dan harga yang terjangkau. Kemasan yang mereka inginkan untuk produk kerupuk adalah kemasan yang sederhana tapi bagus secara visual, meyakinkan, terkesan rapi dan bersih dengan warna-warna yang cerah. Konsumen juga membeli kerupuk sesuai dengan kebutuhan secara kuantitas.

Maka dari itu produsen kerupuk juga harus memiliki produk dengan kuantitas kecil sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan kuantitas kecil, tentunya dengan harga yang lebih murah bila dijual dengan kemasan 5kg.

## Data Produk

**Jenis Produk :** Kerupuk

**Merk/Brandname**

# MEKAR SARI

### Spesifikasi Produk

Perusahaan “Mekar Sari” yang menjadi produk utamanya adalah kerupuk sari udang, kerupuk sari udang adalah kerupuk yang berukuran kecil dan berbentuk lonjong, menggunakan bahan dasar seperti tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang, ikan, garam, MSG, atau berbagai jenis perasa lainnya. Dan kerupuk ini juga biasanya digunakan sebagai teman makan makanan khas Indonesia seperti gado-gado dan nasi goreng, dan juga bisa digunakan sebagai camilan. Di kemas dalam kemasan 5kg dan dijual dalam keadaan mentah/siap goreng. Produk-produk lain yang diproduksi oleh perusahaan ini adalah kerupuk kerupuk bawang putih, bawang bibir, tersanjung, poleng, pesta. Perusahaan ini juga mengutamakan bahan-bahan yang berkualitas dan cita rasa yang dijaga.

### Diferensiasi

Menurut Soesiani, pemilik “Mekar Sari”, “Mekar Sari” pada awal berdirinya hanya membuat satu jenis produk kerupuk saja yaitu kerupuk sari udang, dan karena persaingan maka pemilik membuat berbagai jenis macam kerupuk menurut keinginan pasar, tetapi tetap dalam satu tipe kerupuk yang sama seperti sari udang yang berukuran kecil. Seperti kerupuk bawang putih, bawang bibir, tersanjung, poleng, pesta, dll. Dan juga telah melakukan proses perbaikan produk dari segi visual ataupun rasa yang lebih baik saat ini.

### USP

Keunggulan dari produk “Mekar Sari” adalah kualitas yang dijaga setiap saat, dan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan pilihan, produk ini juga mengutamakan dan menjaga cita rasa yang kuat dari produk.

### Positioning

“Mekar Sari” mengutamakan kualitas produk yang baik dari segi rasa produk tersebut, dan menggunakan bahan yang berkualitas, bermutu dan higienis dengan harga terjangkau.

### Konsumen

- Segi *Demografis* (Variable usia, jenis kelamin, pekerjaan)  
Kebanyakan konsumen adalah masyarakat pada umumnya, hampir semua usia, jenis kelamin pria dan wanita, dan pekerjaan.
- Segi *Behaviour* (Kebiasaan)  
Konsumen membeli sesuatu mengutamakan kualitas produk dan harga.
- Segi *Psikografi* (Perilaku/gaya hidup)  
Orang yang suka ngemil, membeli oleh-oleh, dan untuk dijual kembali.
- Segi *Geografis* (Wilayah)  
Sidoarjo dan Surabaya.

**Wilayah Pemasaran :** Sidoarjo dan Surabaya

### Sistem Pemasaran/Distribusi

Sistem pemasaran yang dilakukan “Mekar Sari” selama ini hanyalah memasarkan produk ke distributor atau agen kerupuk saja, lalu dari agen tersebut akan dijual ke distributor yang lebih kecil, untuk di sana dijual secara ecer. Penjualan yang dilakukan selama ini bersifat partai, penjualan dikemas dalam kemasan 5kg saja dan dijual dalam jumlah besar.

### Data Visual Produk/Kemasan



**Gambar 1. Kemasan Mekar Sari**

## Hasil

### Analisis Tujuan Brand Positioning

Tujuan *brand positioning* adalah agar masyarakat mengetahui bahwa produk “Mekar Sari” memiliki kualitas produk yang baik dari segi cita rasa, dijaga dengan menggunakan bahan yang berkualitas agar

kualitas produk terjaga. Dengan demikian konsumen akan puas dengan rasa yang dimiliki produk tersebut dan konsumen tidak menjadi kecewa. Dan berdasarkan survey konsumen menginginkan suatu produk kerupuk dengan rasa yang enak dan juga menggunakan bahan baku yang baik sehingga aman untuk dikonsumsi dengan harga yang terjangkau.

### Analisis Kategori Produk

SWOT produk berdasarkan survey yang dilakukan :

- *Strength*  
Produk memiliki kualitas rasa yang baik dan juga menggunakan bahan baku yang bermutu berdasarkan *positioning* yang dimiliki.
- *Weakness*  
Produk ini hanya dijual secara partai saja, sehingga *brand* dari produk ini sendiri tidak sampai ke konsumen secara individu, tidak adanya kemasan yang lebih kecil untuk kebutuhan konsumen yang menginginkan kuantitas kecil.
- *Opportunities*  
Berdasarkan survey desain kemasan produk kerupuk saat ini masih belum banyak yang menarik, sehingga bisa dibuat sebuah kemasan yang menarik sehingga bisa menarik perhatian *target audience*.  
Berdasarkan survey konsumen menginginkan suatu produk kerupuk dengan rasa yang enak dan juga menggunakan bahan baku yang baik sehingga aman untuk dikonsumsi. Dan “Mekar Sari” sudah memiliki kriteria tersebut.
- *Treats*  
Konsumen yang sudah loyal terhadap suatu produk sehingga tidak lagi memperdulikan tampilan dari produk tersebut, sehingga dibutuhkan suatu desain kemasan yang benar-benar bisa menarik dan merubah pikiran konsumen.

### Analisis Kompetitor

Berdasarkan survey yang dilakukan kompetitor tertinggi adalah FINNA dan NY.Siok, karena mutu yang sudah terkenal baik dan juga brand mereka yang sudah kuat dimasyarakat, sehingga konsumen lebih memilih produk tersebut. Kompetitor lain yang sekelas dengan mekar sari diantaranya Restu, Tiga Putra, Panda dll.

### Analisis Fitur Kemasan (VIEW)

Berdasarkan survey yang dilakukan kemasan produk kerupuk saat ini masih belum menarik perhatian atau biasa saja dimata masyarakat, dan menurut survey pengemasan yang dilakukan produk sangat penting, karena bila suatu kemasan produk apapun bila penampilan kemasan sama sekali tidak meyakinkan konsumen maka konsumen akan enggan untuk membeli produk tersebut, maka perlu dibuat kemasan yang layak dan bagus terhadap suatu produk, hal

tersebut tentunya untuk bisa menarik perhatian konsumen serta bisa melindungi produk agar tidak rusak.

Berdasar survey konsumen juga menginginkan suatu kemasan produk yang bisa menarik perhatian, unik dan terkesan tidak asal-asalan sehingga konsumen yakin untuk membeli produk tersebut, dan juga memiliki fungsi utamanya untuk melindungi produk. Dan warna yang diinginkan oleh konsumen untuk sebuah kemasan kerupuk adalah warna-warna cerah yang bisa membuat produk tampak menyenangkan, bentuk kemasan yang diinginkan yaitu dengan bentuk-bentuk yang sederhana tetapi tetap menarik, dan juga ada yang menginginkan bentuk yang unik dan berbeda, dan memiliki kesan bersih dan rapi sehingga konsumen melihat produk tersebut tidak terkesan seperti produk murahan.

### Pola Dasar Bentuk Kemasan

Dari survey yang dilakukan kepada *target audience* lebih menyukai bentuk kemasan yang sederhana tapi menarik, pola dasar yang akan dibuat berbentuk persegi panjang, selain bentuk yang sederhana juga untuk memudahkan penempatan produk di dalam rak, hal ini juga bisa memberikan kesan yang lebih eksklusif kepada produk, sehingga produk terkesan elegan. Tetapi juga tidak menghilangkan fungsi sebagai pelindung produk. Dan nantinya juga akan di kemas dalam kemasan 300g, 500g, dan 5 kg.

### Fungsi Utama Kemasan

- Sebagai pembungkus dan juga sebagai pelindung produk tersebut, dalam hal ini produk kerupuk “Mekar Sari”.
- Sebagai salah satu strategi promosi.
- Dengan kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik *target audience* terhadap produk sehingga bisa meningkatkan penjualan.
- Menjadi identitas perusahaan yang selaras dengan produk.

### Bahan/Material Dasar Kemasan

Bahan yang digunakan adalah plastik dan karton. Karton digunakan sebagai kemasan utama/kemasal luar untuk yang berukuran 300 dan 500gram, dan plastik untuk melindungi dan mengemas kerupuk dan dimasukkan di dalam karton, dan untuk kemasan kerupuk 5kg tidak menggunakan karton hanya menggunakan kemasan plastik saja.

### Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan modern dan minimalis, untuk mengesankan produk yang lebih modern, rapi, higienis serta memiliki kualitas yang baik. Sehingga saat konsumen melihat mereka melihat produk tersebut tidak terkesan asal-asalan dan bisa meningkatkan citra produk tersebut. Dan dengan menambahkan gaya desain Victorian dengan

menambahkan ornamen-ornamen seperti sulur-sulur untuk menambah kesan mewah dan eksklusif.

### Sistem Buka Tutup

Sistem buka tutup untuk plastik menggunakan plastik dengan pengunci lem di atasnya, sehingga produk tertutup rapat dan kerupuk yang di dalamnya tidak rusak. Pada kemasan karton bagian atas akan dibuat tutup seperti bungkus rokok, yang bisa ditutup kembali setelah di buka.

### Warna

Berdasarkan survey yang dilakukan pada konsumen lebih menyukai warna cerah, dengan menggunakan warna cerah bisa menarik perhatian konsumen, warna yang akan digunakan adalah orange, merah, dan putih. Warna cerah seperti merah karena warna merah dapat merangsang nafsu makan dan karena itu warna merah dominan untuk digunakan bagi setiap produk yang berhubungan dengan makanan. Warna oranye memberikan vitalitas, mengilhami dan menciptakan antusiasme. Hal ini merangsang nafsu makan dan percakapan sosial dan karena itu warna oranye ini berfungsi dengan baik di restoran dan gerai makanan lainnya. Dan warna putih melambangkan kebersihan dimana sesuai dengan *positioning* Mekar Sari. Selain itu warna juga menyesuaikan dengan produk yang akan dikemas, orange untuk sari udang, merah untuk tersanjung dan putih untuk kerupuk bawang. Dan dengan mencampurkan warna hitam untuk mendapat kesan elegan pada kemasan. Pada kemasan plastik tidak menggunakan terlalu banyak warna untuk menekan biaya pengeluaran karena sablon plastik dihitung dari jumlah warna.

### Merk/Logo/Brand Name

Logo untuk Mekar Sari terdiri dari logotype dan logogram, logotype menggunakan font Bell MT dan menggunakan warna emas dan hitam untuk memberikan kesan logo lebih elegant dan juga mewah, sedangkan logogram menggunakan gambar udang sebagai identitas produk kerupuk.

### Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi gambar yang digunakan disesuaikan dengan produk kerupuk yang akan dikemas, produk "Mekar Sari" terdapat tiga jenis produk utama yaitu sari udang, kerupuk bawang, dan tersanjung. Untuk produk sari udang menggunakan visual udang dan untuk kerupuk bawang menggunakan visual bawang, dan kerupuk tersanjung menggunakan visual sesuai bentuk produk, yaitu seperti bunga. Bertujuan untuk memperjelas identitas dari produk yang ada didalamnya.

### Jenis Font/Tipografi

Font yang digunakan untuk logo dari Mekar Sari adalah Bell MT, dan untuk tulisan keterangan menggunakan font Arial untuk mudah dibaca

### Komposisi/Tata Letak

Layout yang digunakan adalah jumble layout : penyajian layout dengan komposisi antara gambar dan teks disusun secara teratur, dan juga grid layout : penyajian tata letak yang mengacu pada konsep grid, jadi seakan bagian per bagian berada di dalam skala grid.



**Gambar 2. Kemasan karton 500gram dan 300 gram bagian depan**



**Gambar 3. Kemasan karton 500gram dan 300 gram bagian belakang**



**Gambar 4. Kemasan plastik 500gram dan 300 gram bagian depan**



**Gambar 5. Kemasan plastik 500gram dan 300 gram bagian belakang**



**Gambar 6. Kemasan plastik 5kg**

## Kesimpulan

Untuk bisa mengimbangi pasar dan persaingan yang semakin ketat maka Mekar Sari perlu melakukan suatu inovasi-inovasi baru agar tetap bisa bertahan didalam pasar. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh Mekar Sari adalah melakukan inovasi di dalam hal kemasan produk. Karena selama ini penjualan Mekar sari hanya menggunakan kemasan 5kg saja dan dijual secara partai, inovasi kemasan yang dilakukan adalah membuat kemasan dalam ukuran yang lebih kecil yaitu yang berukuran 300 dan 500gr, dengan demikian diharapkan produk dapat masuk didalam market, tidak hanya sebatas dijual pada agen atau distributor saja.

Kemasan yang dibuat lebih menarik dan terkesan eksklusif dan sesuai dengan spesifikasi dari produk yang di kemas. Dengan membuat kemasan yang menarik dan juga sesuai spesifikasi produk diharapkan mampu menaikkan citra dan juga penjualan dari Mekar Sari.

## Ucapan Terima Kasih

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kehendak dan berkah-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra.

Penulis menyadari bahwa dukungan dan bimbingan yang diberikan oleh semua pihak sangat membantu proses pengerjaan perancangan hingga penyelesaian laporan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andrian Dektisa Hagijanto, S.Sn., M.Si., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra.
2. Ibu Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn., M.Med.Kom., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
3. Bapak Andrian Dektisa Hagijanto, S.Sn., M.Si., selaku ketua tim penguji.
4. Ibu Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn., M.Med.Kom., selaku anggota tim penguji.
5. Bapak Budi Prasetyadi, S.Sn., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan perancangan dan penulisan laporan tugas akhir ini.
6. Bapak Prof. Drs. A.J.Soehardjo, selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan perancangan dan penulisan laporan tugas akhir ini.
7. Ibu Soesiani, selaku pemilik dari Mekar Sari yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di perusahaannya, dan memberikan data dan informasi yang diperlukan penulis.
8. Seluruh dosen yang ada di Fakultas Seni dan Desain Jurusan Desain Komunikasi Visual.
9. Keluarga yang telah memberi dukungan selama pengerjaan tugas akhir ini.
10. Seluruh sahabat, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, masukan dan inspirasi dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu selama ini dan semoga laporan perancangan tugas akhir ini membawa manfaat bagi rekan-rekan yang membaca. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan pada penulisan terutama nama dan penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar nantinya lebih baik lagi.

## Daftar Pustaka

- Danger, EP. *Memilih Warna Kemasan*. Jakarta. PT. Pustaka Binaman Pressindo. 1992.
- Pirous, Ad. *Desain Grafis Pada Kemasan*. Yogyakarta. Cakram Komunikasi. 2007.
- Bhakti, Bambang. *Merk dan Kemasan*. Jakarta. Cakram Komunikasi. 2001.
- Wirya, Irawan. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 1999.
- DR. Dudy Wiyancoko. *Desain Kemasan Menentukan Nilai Produk*. Staf Pengajar Desain Produk Industri, ITB. 2009.
- <<http://ikm.kemenperin.go.id/PUBLIKASI/bKumpulanArtikelb/tabid/67/articleType/ArticleView/articleId/5/Desain-Kemasan-Menentukan-Nilai-Produk.aspx>>
- 'Kemasan Kertas'. *Kemasan Karton dalam Industri pangan (1990)*. 26 Januari 2012.
- < <http://packingnews.blogspot.com/2012/01/kemasan-kertas.html> >
- 'Kemasan Plastik'. *Kemasan Plastik dalam Industri pangan (1990)*. 26 Januari 2012.
- < <http://packingnews.blogspot.com/2012/01/kemasan-kertas.html> >
- 'Kemasan Kayu'. *Kemasan Kayu (2000)*. 10 Mei 2010
- < <http://onfist-info.blogspot.com/2010/05/kemasan-kayu.html>>
- 'Penjelasan arti warna dan psikologi warna'. *Penjelasan arti warna dan psikologi warna (2002)*. 23 Desember 2012
- <<http://suksesitubebas.com/2012/12/23/penjelasan-arti-warna-dan-psikologi-warna/>>