

PERANCANGAN KEMASAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SUKMA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HOPE NEVER SLEEP (HNS) STUDIO, TAMPAKSIRING

Narendra Vicramaditya¹, Ida Bagus Ketut Trinawindu S.Sn., M.Erg.², I Wayan Nuriarta, S.Pd., M.Sn.³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: vicramaditya3@gmail.com

Abstrak

Kecenderungan pelaku UMKM adalah kurang memberikan perhatian lebih kepada kegiatan promosi yang merupakan faktor penting untuk mengenalkan produk ke pasar yang luas. Salah satunya yaitu terkait desain kemasan yang banyak diabaikan pelaku UMKM. Desain kemasan sendiri memiliki peran cukup penting selain untuk melindungi produk juga sebagai citra awal produk agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk sebagai tujuan akhir dimana kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen dari berbagai aspek baik dalam segi estetika visualnya namun juga memenuhi tujuan utama dari penciptaan kemasan tersebut serta fungsi emosionalnya. Salah satu UMKM yang belum memiliki desain kemasan adalah Suksma Coffee, produk kopi asli Bali yang mengolah kopi arabica Kintamani. Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk merancang sebuah desain kemasan yang sesuai bagi Suksma Coffee agar dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam perancangan diperlukan metode dan media pendukung sehingga dalam proses perancangan dapat terlaksana dengan baik karena didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Hasil akhir dari perancangan ini adalah penggunaan ilustrasi digital berupa karakter Barong Bali dengan tampilan yang lebih pop dan modern sehingga tampilannya terkesan lebih *fresh* dan juga penggunaan ilustrasi *pattern* sebagai tambahan dengan konsep desain *layout* yang minimalis serta ditampilkan menggunakan *mockup*.

Kata Kunci: UMKM, Kemasan, Desain Kemasan

Abstract

MSME actors tend to pay less attention to promotional activities which is an important factor for introducing products to a broad market. One of them is related to packaging design which is mostly ignored by MSME actors. The packaging design itself has an important role in addition to protecting the product as well as the initial image of the product so that can influence consumers to buy the product as the final destination where good packaging is packaging that can meet consumer satisfaction from various aspects both in terms of visual aesthetics but also fulfills the main goal from the creation of the packaging and its emotional benefit. One of the MSMEs that does not yet have a packaging design is Suksma Coffee, an original Balinese coffee product that processes Kintamani arabica coffee. Therefore, research was conducted to design a suitable packaging design for Suksma Coffee to compete with competitors and reach a wider market. In the design required methods and supporting media so that the design process can be carried out properly because it is supported by data in the form of primary data and secondary data. The end result of this design is the use of digital illustrations in the form of Balinese Barong characters with a more pop and modern appearance so that it looks fresher and also the use of pattern illustrations in addition to the minimalist layout design concept and displayed using mockups.

Keywords : MSME, Packaging, Packaging Design

PENDAHULUAN

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menyiapkan mahasiswa untuk menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, sehingga kompetensi mahasiswa baik soft skills dan hard skills dapat beradaptasi juga relevan dengan kebutuhan zaman. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa bentuk kegiatan pembelajaran sesuai dengan Permendikbud No 3 Tahun 2020 Pasal 15 ayat 1, yang dapat dilakukan di dalam Program Studi dan di luar Program Studi meliputi Pertukaran Pelajar, Magang/Praktik Kerja, Atensi Mengajar di Satuan Pendidikan, Penelitian/Riset, Proyek Kemanusiaan, Kegiatan Wirausaha, Studi/Proyek Independen, Membangun Desa/Kuliah, Kerja Nyata Tematik.

Pelaksanaan program MBKM di Institut Seni Indonesia Denpasar berlangsung selama 4 bulan dari bulan September 2021 hingga Januari 2022 dimana penulis mengambil bentuk kegiatan Magang/Praktik Kerja. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang cukup kepada mahasiswa terkait pengalaman di tempat kerja (*experiential learning*) agar kedepannya mahasiswa ketika sudah terjun ke dunia kerja secara nyata dapat lebih siap dan mudah beradaptasi dengan lingkungan baru serta tentunya agar dapat mempraktikkan teori-teori yang dipelajari oleh mahasiswa selama di perkuliahan dimana dalam pelaksanaan kegiatan Magang, Dosen Pembimbing dan perwakilan Mitra Kampus memberikan arahan-arahan dan mahasiswa melaksanakan kegiatan Magang sesuai dengan arahan yang telah diberikan oleh Dosen Pembimbing serta perwakilan Mitra Kampus.

Perusahaan yang penulis pilih sebagai tempat kegiatan program magang/praktik kerja MBKM dalam bidang Desain Komunikasi Visual yaitu Hope Never Sleep (HNS) Studio. HNS Studio merupakan Creative Studio yang secara umum bergerak dibidang ilustrasi dan graphic design dan telah berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh Dewa Gede Raka Jana Nuraga dengan lokasi studio berada di Jl. Dr. Ir. Soekarno, Tampaksiring, Gianyar, Bali. Dewa Gede Raka Jana Nuraga, pria kelahiran Tampaksiring yang sempat menempuh Pendidikan di SMA Negeri 6 Denpasar dan juga Institut Seni Indonesia Denpasar ini merupakan seorang ilustrator yang cukup terkenal di Bali

dengan banyak pengalaman dibidangnya hingga tampil di banyak seminar sebagai pembicara.

Selama berjalannya proses pelaksanaan kegiatan MBKM di HNS Studio, salah satu permasalahan yang dijumpai penulis adalah terkait pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dimana dengan skala usaha yang kecil, produk UMKM mengalami kesusahan dalam persaingan dengan produk industri besar yang tentunya sudah memiliki strategi pemasaran yang baik dan terstruktur. Kecenderungan pelaku UMKM yang kurang memberikan perhatian lebih kepada kegiatan promosi menjadi salah satu penyebab kurangnya daya saing usaha dan daya tarik dalam menjangkau konsumen lebih luas.

Dalam pemasaran, salah satu faktor yang banyak diabaikan pelaku UMKM adalah desain kemasan, yang memiliki peran cukup penting selain untuk melindungi produk juga sebagai citra awal produk yang akan dilihat oleh konsumen yang mana harus dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk sebagai tujuan akhir. Secara umum kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen dari berbagai aspek baik dalam segi estetika visualnya namun juga memenuhi tujuan utama dari penciptaan kemasan tersebut serta fungsi emosionalnya (*emotional benefit*) dimana desain pada kemasan menciptakan efek psikologis tertentu dan menciptakan suatu hubungan kepada konsumen.

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan ialah sebagai berikut :

- a. Bagaimana sistem kerja industri kreatif terutama pada bidang ilustrasi dan desain beserta ekosistem pendukungnya di HNS Studio?
- b. Bagaimana proses merancang desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Suksma Coffee di HNS Studio?

DEFINISI JUDUL

Pada perancangan kemasan ini judul yang diangkat ialah “Perancangan Kemasan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Suksma Coffee sebagai Media Promosi Di Hope Never Sleep (HNS) Studio, Tampaksiring”. Berdasarkan judul tersebut penulis akan menguraikan arti dari

masing-masing kata agar memiliki penafsiran yang jelas, yaitu :

Perancangan Kemasan

Merupakan visual dari produk yang ingin ditampilkan pada sebuah kemasan untuk meningkatkan performa produk. Kemasan bukan hanya sekedar sebagai pembungkus semata, tetapi berperan juga sebagai alat bantu pemasaran dan pencitraan produk, menampilkan identitas dan informasi produk kepada konsumen dan juga desain pada kemasan dapat menciptakan efek psikologis tertentu dan menciptakan suatu hubungan kepada konsumen.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berdasarkan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, pengertian UMKM adalah sebuah bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil.

Suksma Coffee

Merupakan UMKM binaan Bank Indonesia yang berlokasi di Jalan Sukma 1, Ubud – Bali dan dimiliki oleh Bli Komang Sukarsana, pria kelahiran Songan, 18 Juni 1985. Produknya merupakan kopi arabica asli Kintamani, Bali dimana kopi Kintamani memiliki cita rasa yang kaya akan rasa buah-buahan dan diproduksi oleh Bali Arabica yang diolah dari kebun di Desa Belantih & Desa Ulian, Kintamani, pada ketinggian 1200 mdpl.

Media Promosi

Merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Tidak ada satupun media yang sangat tepat dimana masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan dan juga penggunaan satu media akan membatasi efektifitas untuk mempromosikan produk kita,

Hope Never Sleep (HNS) Studio

Hope Never Sleep (HNS) Studio merupakan *Creative Studio* yang berdiri sejak tahun 2015 dan didirikan oleh Dewa Gede Raka Jana Nuraga. Secara umum bergerak dibidang ilustrasi dan

graphic design dengan lokasi studio berada di Jl. Dr. Ir. Soekarno, Tampaksiring, Gianyar, Bali.

Rangkuman yang dapat diambil dari judul kasus “Perancangan Kemasan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Suksma Coffee sebagai Media Promosi Di Hope Never Sleep (HNS) Studio, Tampaksiring” ialah terkait penerapan dari ilmu Desain Komunikasi Visual dalam pembuatan kemasan untuk UMKM Suksma Coffee agar dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

METODE PERANCANGAN

Dalam menyusun “Perancangan Kemasan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Suksma Coffee Sebagai Media Promosi Di Hope Never Sleep (HNS) Studio, Tampaksiring” tentu saja diperlukan metode perancangan dan media pendukungnya sehingga dalam proses perancangan dapat terlaksana dengan baik karena didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh langsung dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dimana kegiatan ini dilakukan bersama dengan Kak Rakajana beserta perwakilan UMKM.
- b. Observasi, adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terkait kemasan yang dipakai dengan menggunakan kemasan produk lain yang memiliki bentuk sama dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh UMKM tersebut.
- c. Kepustakaan, menggunakan literatur untuk data komperatif dalam menunjang semua data untuk memperoleh teori-teori dimana dalam penelitian ini, metode kepustakaan menggunakan referensi yang ada dalam buku, literatur, jurnal, catatan, yang memiliki informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan perancangan media komunikasi visual terkait kemasan.
- d. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Saifuddin Azwar, 2004:109). Metode ini

mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan perancangan kemasan Suksma Coffee.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kemasan

Kemasan memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu usaha karena kemasan yang baik akan meningkatkan penjualan produk dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh produsen. Beberapa syarat kemasan yang baik antara lain (Nitisemito 46) :

- a. Sebagai tempat dimana kemasan menjadi wadah bagi produk didalamnya dan menyesuaikan, baik dari segi ukuran maupun bentuk produk tersebut. Karena setiap produk tentunya memiliki perbedaan bentuk dan ukuran, sehingga produk dapat tersimpan dengan aman dan tidak mudah rusak.
- b. Menarik, tentunya memiliki kesan yang relatif bagi setiap orang, dan produsen tentunya harus memiliki konsep yang matang agar produk memiliki kesan dibanding dengan produk sejenis lainnya. Kemasan menarik memiliki banyak faktor dengan tujuan untuk menimbulkan kesan bahwa produk tersebut berkualitas.
- c. Dapat melindungi bagi produk terhadap segala kerusakan yang datang dari luar sehingga dapat menjaga kualitas produk serta tidak menurunkan tingkat kepercayaan konsumen agar penjualan tidak mengalami kendala.
- d. Praktis, akan mempermudah konsumen menggunakan suatu produk. Kemasan mudah dibawa, dibuka, ringan, dan sebagainya sehingga kemasan yang praktis akan mempermudah konsumen menggunakan suatu produk.
- e. Ketepatan ukuran adalah hal yang perlu diperhatikan karena setiap produk memiliki ukuran yang berbeda-beda dan juga agar konsumen dapat menjangkau dan tidak tertipu oleh kemasan luar produk yang ada.

Struktur sistem kemasan

- a. Kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk yang di bungkusnya.
- b. Kemasan sekunder, yang tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas sebelumnya dengan kemasan primer.
- c. Kemasan tersier dan kuartener yaitu kemasan yang digunakan untuk mengemas produk setelah kemasan primer atau sekunder dilakukan.

TINJAUAN MITRA

Gambaran Mitra

Hope Never Sleep Studio (HNS Studio) merupakan *Creative Studio* yang secara umum bergerak dibidang ilustrasi dan *graphic design* dan telah berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh Dewa Gede Raka Jana Nuraga dengan lokasi studio berada di Jl. Dr. Ir. Soekarno, Tampaksiring, Gianyar, Bali. HNS Studio sendiri didirikan berawal ketika beliau bersama teman-temannya mendapatkan pesanan membuat berbagai macam desain mulai dari desain merchandise, desain maskot, dan sebagainya. Dewa Gede Raka Jana Nuraga Bersama dengan 2 orang temannya memutuskan untuk menyewa tempat yang dapat dipergunakan sebagai kantor HNS Studio yang berlokasi di Jln. WR Supratman, Kesiman no 231, Denpasar karena permintaan desain semakin hari semakin bertambah kuantitasnya. Setelah berjalan cukup lama, di bulan maret tahun 2020 HNS Studio berpindah lokasi ke Rumah *Owner* di Jl. Dr. Ir. Soekarno, Tampaksiring agar waktu kerja di studio menjadi lebih efisien.

Penamaan HNS Studio didasari oleh pemikiran terkait dengan konsep melestarikan budaya melalui pendekatan modern yang mana dalam hal ini tentunya terkait dengan industri kreatif di Bali secara khusus. HNS Studio sendiri terdiri dari tiga kata yaitu Hope, Never, dan Sleep yang saling berkaitan. Kata Hope berarti “harapan” dimana HNS memiliki harapan untuk memajukan industri kreatif Indonesia khususnya Bali dan melestarikan kearifan lokal melalui desain. Never yang berarti “tidak pernah” dimana HNS tidak pernah menyerah, tidak pernah putus asa, dan tidak pernah mengeluh dalam menggapai harapan tersebut. Dan kata Sleep yang berarti “tidur” dimana setiap manusia perlu istirahat untuk memulihkan kembali

pikiran dan energinya. Jika kurang istirahat tentu akan berpengaruh pada kesehatan dan aktivitas serta dapat menghambat jalan untuk menggapai suatu harapan dimana pada konteks ini, salah satunya harapan bisa dikaitkan dengan melestarikan kearifan lokal melalui desain.

ANALISA MASALAH

Suksma Coffee belum mempunyai kemasan agar dapat bersaing dengan produk sejenis dan ingin menjangkau target pasar yang lebih luas serta menjelaskan bahwa produk ini berasal dari Bali.

KONSEP MEDIA

Penggunaan ilustrasi lebih dominan dengan konsep desain ilustrasi digital berupa karakter Bali yang lebih pop dan juga modern serta *pattern* sebagai tambahan dengan *layout* yang minimalis agar dapat meningkatkan daya saing dengan produk sejenis.

ANALISA

Pada bagian analisa, akan dijabarkan mengenai manajemen perusahaan lalu masuk ke proyek desain kemasan dengan bahasan terkait proses perancangan kemasan produk UMKM mulai dari konsep perancangan, *thumbnail*, *tight tissue* hingga desain akhir yang sudah terpilih.

Manajemen Perusahaan

Dalam proses magang, penulis berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang berkaitan dengan studio dan selama melaksanakan kegiatan magang, penulis merangkum dari sudut pandang seluruh peserta Magang/Praktik Kerja di HNS Studio terkait dengan manajemen studio dimana dalam beberapa hal, beban kerja yang diberikan tidak sama terhadap seluruh anggota dari HNS Studio dan kecenderungannya terlalu menitik beratkan pada 1 orang. Selain itu, terkait konten sosial media, penulis melihat konten lebih berfokus pada kuantitas, dimana dalam sehari mengupload 3 jenis konten sosial media. Namun di satu sisi juga hal tersebut dapat meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap kinerja HNS Studio dilihat dari proyek yang telah dikerjakan.

Selain fokus di studio, HNS juga memiliki konveksi namun berlokasi di Denpasar dan ini menjadi kendala jika dalam prosesnya terdapat

kekurangan/kesalahan karena selama menjalani magang, terkait dengan pengiriman barang dari Tampaksiring ke Denpasar atau sebaliknya dilakukan oleh peserta magang yang berlokasi di Denpasar dan sekitarnya. Akan lebih efisien jika jarak yang tidak terlalu jauh, namun tentunya pasti terdapat pertimbangan dari pihak HNS Studio untuk memilih lokasi di Denpasar.

Proses Perancangan

Konsep perancangan kemasan Suksma Coffee disesuaikan dengan *brief* desain yang diberikan oleh klien dan telah disetujui oleh kedua belah pihak dimana penggunaan ilustrasi lebih dominan dengan konsep desain *layout* yang minimalis yang mana pada kemasan terdapat desain ilustrasi digital berupa karakter Barong Bali dengan tampilan yang lebih pop dan modern sehingga tampilannya terkesan lebih *fresh* dan juga penggunaan ilustrasi *pattern* sebagai tambahan.

Perancangan kemasan sendiri terdiri dari 2 jenis yaitu kemasan primer berupa *sachet* dan sekunder berupa *box* dimana kemasan primer terdiri dari 2 desain dan kemasan sekunder memiliki 2 bentuk, yakni untuk ukuran 1 lusin dan 2 lusin.

Penggunaan warna pada desain kemasan diambil dari *tone* warna pada biji kopi dan 1 desain menggunakan warna cerah dengan tetap menonjolkan ilustrasi sebagai *point of interest* pada kemasan yang mana desain ilustrasi sendiri menggunakan dominasi warna hangat. Sedangkan jenis huruf yang digunakan adalah *sans serif* karena jenis huruf ini memiliki beberapa makna seperti lambang kesederhanaan, lugas juga kekinian. Untuk ukuran dan bahan dari kemasan produk Suksma Coffee yang akan dirancang, menggunakan acuan dari produk serupa atau acuan secara umum.

Thumbnail Kemasan

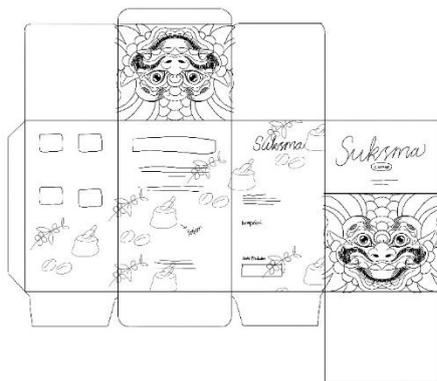
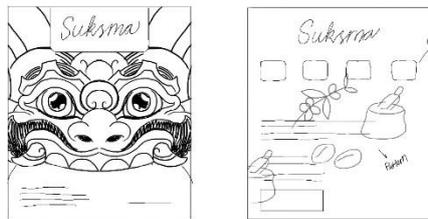
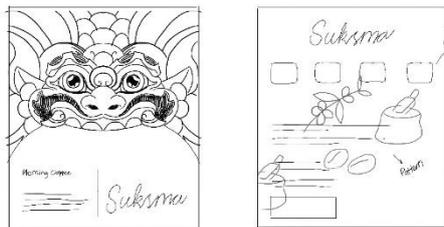
Thumbnail merupakan pencatatan ide-ide ke dalam bentuk visual. *Thumbnail* memberikan kesempatan kepada desainer untuk bereksplorasi dalam mengeluarkan ide, konsep, dan pemikiran sesuai dengan topik permasalahan (Wijaya, 1999:127). Berikut adalah *thumbnail* dari kemasan Suksma Coffe :

a. Kemasan Sachet

Merupakan kemasan primer dengan 2 desain yang menonjolkan ilustrasi barong bali pop modern dan penggunaan *pattern* pada bagian belakang.

b. Kemasan Box

Merupakan kemasan sekunder dengan 2 ukuran yang berbeda dan tetap menonjolkan ilustrasi barong bali pop modern dan penggunaan *pattern* pada bagian belakang.



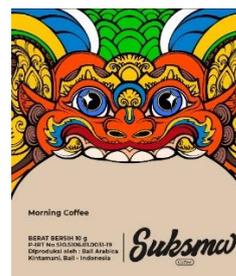
jawaban atau solusi terhadap masalah desain yang dihadapi (Wijaya, 1999:128).

a. Kemasan Sachet

Merupakan tahap finishing dari proses perancangan dimana sesuai dengan konsep *thumbnail*, pada desain 1 menggunakan warna gelap dan desain 2 menggunakan warna cerah yang mana warna diambil dari warna biji kopi dengan beberapa penyesuaian.

b. Kemasan Box

Merupakan tahap finishing dari proses perancangan dimana sesuai dengan konsep *thumbnail*, pada desain kemasan sekunder bagian ilustrasi diletakan pada sisi depan dan atas dan secara umum memiliki konsep yang sama dengan desain *sachet*.



Gambar 1. *Thumbnail Kemasan Box dan Sachet* (Sumber : Dokumen Pribadi, 25/11/2022)

Tight Tissue Kemasan

Tight tissue merupakan suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer yang akan dipresentasikan kepada klien. *Tight tissue* menawarkan sebuah



Gambar 2. *Tight Tissue* Kemasan Box dan Sachet
(Sumber : Dokumen Pribadi, 25/11/2022)

Desain Akhir Kemasan

Merupakan penerapan desain pada *mockup* yang digunakan untuk melihat preview desain sebelum dicetak atau diproduksi dan melihat gambaran secara nyata bagaimana desain saat diproduksi nantinya.



Gambar 3. Desain Akhir Kemasan Box dan Sachet
(Sumber : Dokumen Pribadi, 25/11/2022)

SIMPULAN

Program MBKM menyiapkan mahasiswa untuk menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, sehingga kompetensi mahasiswa baik *soft skills* dan *hard skills* dapat beradaptasi juga relevan dengan kebutuhan zaman. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa bentuk kegiatan pembelajaran sesuai

dengan Permendikbud No 3 Tahun 2020 Pasal 15 ayat 1, yang dapat dilakukan di dalam Program Studi dan di luar Program Studi meliputi Pertukaran Pelajar, Magang/Praktik Kerja, Atensi Mengajar di Satuan Pendidikan, Penelitian/Riset, Proyek Kemanusiaan, Kegiatan Wirausaha, Studi/Proyek Independen, Membangun Desa/Kuliah, Kerja Nyata Tematik dimana kegiatan ini berlangsung selama 4 bulan dari bulan September 2021 hingga Januari 2022 dimana penulis mengambil bentuk kegiatan Magang/Praktik Kerja yang berlokasi di HNS Studio Bali, Tampaksiring, Gianyar.

Berkaitan dengan tugas akhir, penulis mengambil proyek desain kemasan produk Suksma Coffee untuk diangkat. Dimana perancangan kemasan ini terdiri dari 2 jenis yaitu kemasan primer berupa *sachet* dan sekunder berupa *box* dimana kemasan primer terdiri dari 2 desain dan kemasan sekunder memiliki 2 bentuk, yakni untuk ukuran 1 lusin dan 2 lusin dimana konsep perancangan kemasan Suksma Coffee disesuaikan dengan *brief* desain yang diberikan oleh klien dan telah disetujui oleh kedua belah pihak dimana penggunaan ilustrasi lebih dominan dengan konsep desain layout yang minimalis yang mana pada kemasan terdapat desain ilustrasi digital berupa karakter Barong Bali dengan tampilan yang lebih pop dan modern sehingga tampilannya terkesan lebih *fresh* dan juga penggunaan ilustrasi pattern sebagai tambahan dengan hasil akhir ditampilkan menggunakan mockup agar klien lebih mudah memahami tentang penerapan desain yang dibuat pada kemasan.

DAFTAR RUJUKAN

Badan Ekonomi Kreatif, 2017, *Panduan Pendirian Usaha Desain Kemasan*, Jakarta, Badan Ekonomi Kreatif.

Nugraheni, Mutiara 2018, *Kemasan Pangan*, Plantaxia, Jakarta.

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI 2020, *Buku Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI, Jakarta.

ISI Denpasar 2021, *Pedoman Penulisan Skripsi/Tugas Akhir Program MBKM ISI Denpasar*, ISI Denpasar, Denpasar

Nitisemito, Alex 1981, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta

Said A 2016, *Desain Kemasan*, Badan Penerbit UNM Makassar, Makassar.

Meryana E 2012, *Kelemahan Produk UKM di Indonesia: Kemasan!*, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/07/29/15022184/about.html>.

Redaksi OCBC NISP 2021, *Pengertian UMKM, Kriteria, dan Perannya dalam Ekonomi RI*, <https://www.ocbcnisp.com/en/article/2021/04/07/pengertian-umkm>.