

**DESAIN KEMASAN PANGKAPUAK
"LIMADARA"**

KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:
Mutiara Fajri
20027075

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

KARYA AKHIR

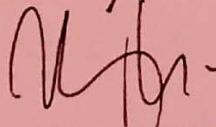
DESAIN KEMASAN *PANGEK LAPUAK* "LIMADARA"

Nama : Mutiara Fajri
NIM : 20027075/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang , 11 November 2024

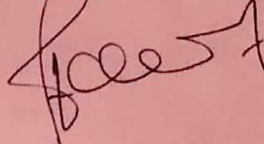
Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Ariusmedi, M.Sn
NIP. 19620602.198903.1.003

Ketua Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Seteleh Dipertahankan di Depan Penguji Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Desain Kemasan *Pangek Lapuak* "Limadara"
Nama : Mutiara Fajri
NIM : 20027075/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

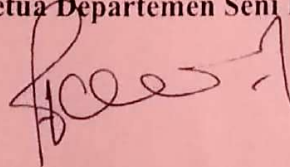
Padang , 15 November 2024

Tim penguji

1. Pembimbing : Drs. Ariusmedi, M.Sn.
NIP. 19620602.198903.1.003
2. Penguji 1 : Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19770401.200812.1.002
3. Penguji 2 : Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn.
NIP. 19891111.202012.1.017

1.....
2.....
3.....

Mengetahui
Ketua Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul

Desan Kemasan Pangek Lapuak "Limadara"

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 2024
Saya yang menyatakan,



Mutiara Fajri
NIM. 20027075

DESAIN KEMASAN “*PANGKEK LAPUAK*” LIMADARA

Mutiara Fajri¹, Ariusmedi²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
JL. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang
Sumatera Barat, 25171, Indonesia
Email: Mutiara.fajri19@gmail.com

ABSTRAK

Pangek Lapuak merupakan makanan Sumatera Barat. Makanan ini dijual dengan *Brand* “Limadara”. *Pangek Lapuak* sebelumnya memiliki kemasan hanya sebagai wadah atau tempat produk saja, maka dari itu kemasan di desain tidak hanya sebagai wadah atau tempat produk saja. Kemasan akan di desain sebagai komunikasi dan promosi untuk meningkatkan *brand awareness*. Kemasan di desain dengan tema *Bundo Kanduang*, logo yang berbentuk *tingkuluak* dan pattern *pucuak rabuang* pada songket yang sering digunakan oleh *bundo kanduang*. Strategi kreatif akan mendorong para konsumen untuk lebih tertarik melalui kemasan dan penasaran terhadap *brand* dan produk “Limadara”. Kemasan yang sudah memaksimalkan fungsi sebagai media promosi dengan tampilan visual yang menarik, akan meningkatkan *brand awareness* dari “Limadara”. Metode analisa data yang digunakan yaitu analisa SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Proses mendesain dimulai dari observasi dan wawancara dengan owner “Limadara” untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam mendesain kemasan *pangek lapuak* “Limadara” ini. Media utama dalam mendesain ini berupa kemasan dan media pendukung *poster, x banner, kartu nama, stiker, t-shirt, feed instagram dan paper bag*.

Kata kunci: kemasan, *brand awareness*, *pangek lapuak*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir yang berjudul “Dasain Kemasan *Pangek Lapuak* “Limadara” ”.

Karya akhir ini di susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, Universitas Negeri Padang. Dalam menyelesaikan karya akhir ini telah banyak mendapatkan bimbingan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya, memberi motivasi, pengarahan dan saran untuk melengkapi segala kekurangan penulisan karya akhir ini.
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, sekaligus sebagai dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
3. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn. selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
4. Bapak dan ibu staf pengajar Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga sangat membantu membuka wawasan penulis.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kekurangan dalam penulisan karya akhir ini baik yang berasal dari isi, materi dan hasil karya akhir ini. Maka dari itu penulis berharap adanya kritikan dan saran untuk menyempurnakan karya akhir ini. Akhir kata penulis berharap semoga karya akhir ini dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Atas kritikan dan saran yang diberikan, penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, 28 Oktober 2024

Penulis

Mutiara Fajri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan Karunia dan Rahmat-Nya kepada penulis, dan memberikan kemudahan serta kelancaran dalam segala hal kepada penulis.

1. Terimakasih kepada orang tua tercinta, Ibunda Titis Winda dan Ayahanda Zulfatri, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, restu dan do'a yang selalu mengiringi penulis.
2. Terimakasih kepada kakak-kakak tersayang, Yeni Zulfita, Zulfa Rinda, Fatrisa Laily, Silfira Nuraini, yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
3. Terimakasih kepada sahabat sekaligus keluarga, uri dan ridho yang telah memberikan dukungan, semangat, serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
4. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan DKV UNP angkatan 20.
5. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama proses perkuliahan di Fakultas Bahasa dan Seni, Departemen Seni Rupa, prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Perancangan	5
F. Orisinalitas	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Kajian Praksis	7
1. Data Verbal.....	7
2. Data Visual	9
B. Kajian Teoritis	11
1. Kemasan.....	11
2. Desain Kemasan.....	12
3. Identitas Visual.....	13
4. Layout	18
5. Brand Awareness	19
6. Promosi	21
C. Karya Relevan.....	22
D. Kerangka Konseptual	25
BAB III METODE PERANCANGAN	26
A. Metode Perancangan	26
1. Tahap Pendefinisian (<i>Define</i>).....	26

2. Tahap Perancangan (<i>Design</i>).....	27
3. Tahap Pengembangan (<i>Develop</i>).....	27
4. Tahap Penyebaran (<i>Disseminate</i>).....	28
B. Metode Pengumpulan Data	28
1. Data Primer	28
2. Data Sekunder	29
BAB IV PROGRAM KREATIF	32
A. Konsep Desain	32
1. Segmetasi	33
2. Strategi kreatif.....	34
3. Strategi media.....	41
B. Desain Final	45
1. Sketsa/Thumbnail.....	45
2. Komprehenif	52
3. Final	58
C. Uji Kelayakan.....	62
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kemasan Produk Limadara.....	3
Gambar 2. Produk Limadara	9
Gambar 3. Produk Limadara	9
Gambar 4. Kemasan Produk Limadara.....	10
Gambar 5. Kemasan Produk Limadara.....	10
Gambar 6. Piramida Brand Awareness	20
Gambar 7. Karya relevan kemasan Meronacakes	23
Gambar 8. Karya relevan kemasan “bandeng presto”	24
Gambar 9. Mind Mapping	35
Gambar 10. Perempuan Minang	36
Gambar 11. Final logo	38
Gambar 12. Pattern(<i>pucuak rabuang</i>)	40
Gambar 13. Sketsa kemasan	45
Gambar 14. Layout Kasar Kemasan	46
Gambar 15. Layout Kasar Poster	47
Gambar 16. Layout Kasar X-Banner	48
Gambar 17. Layout Kasar Poster	48
Gambar 18. Layout Kasar Stiker	49
Gambar 19. Layout Kasar T-shirt	50
Gambar 20. Layout Kasar Feed Instagram	51
Gambar 21. Layout Kasar Paper Bag	51
Gambar 22. Layout Kasar Paper Bag	52
Gambar 23. Kemasan Sebelum Tahap Pengembangan	53
Gambar 24. Kemasan Sesudah Tahap Pengembangan	53
Gambar 25. Alternatif Layout Poster	54
Gambar 26. Alternatif Layout X-Banner.....	55
Gambar 27. Alternatif Layout Kartu Nama.....	55
Gambar 28. Alternatif Layout Stiker.....	56
Gambar 29. Alternatif Layout T-shirt.....	57
Gambar 30. Alternatif Layout Feed Instagram.....	57
Gambar 31. Alternatif Layout paper bag.....	58
Gambar 32. Final Kemasan	58
Gambar 33. Final Poster	59
Gambar 34. <i>Final X- Banner</i>	59
Gambar 35. Final Kartu Nama	60
Gambar 36. Final Stiker	60
Gambar 37. Final T-Shirt	60
Gambar 38. Final Feed Instagram	61
Gambar 39. Final Paper Bag.....	61
Gambar 40 Dokumentasi ujian karya akhir	77
Gambar 41 Dokumentasi ujian karya akhir	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Konseptual.....	25
Tabel 2. Warna Logo.....	38
Tabel 3. Warna Kemasan.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Validasi Ahli Media	67
Lampiran 2 Penilaian Respon Pengguna.....	71
Lampiran 3 Kegiatan Konsultasi Karya Akhir	75
Lampiran 4 Dokumentasi Ujian Karya Akhir	77

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangek merupakan salah satu teknik memasak khas kabupaten Agam, Sumatra Barat, yang biasanya dibuat ketika acara besar atau acara keluarga. *Lapauk* artinya lunak atau rapuh yang merupakan sebuah kata yang berasal dari wilayah Agam sebagai pengganti kata *ampuak* dalam bahasa Minangkabau. Teknik pembuatan *pangek lapauk* dengan pembuatan gulai berbeda, teknik pembuatan *pangek lapauk* yaitu dengan cara mengentalkan bumbu beserta santan terlebih dahulu sebelum memasukkan bahan utama. Teknik seperti ini dapat menghasilkan tekstur kuah yang lebih kental dibanding kuah gulai. Bahan utama dari *pangek lapauk* bisa menggunakan ikan mas, ikan bilih dan ikan nila. Dalam pembuatan *pangek lapauk* terdapat bumbu yang lengkap seperti serai, kunyit, daun kunyit, bawang merah, bawang putih, kemiri, daun limau, cabe, dan santan. Proses memasak yang cukup lama membuat bumbu meresap hingga ikan bertekstur lunak sampai ke tulangnya, ini yang membuat *pangek Lapauk* mempunyai ciri khas tersendiri. Hal ini dikarenakan pembuatan *pangek lapauk* membutuhkan waktu yang lama untuk memasaknya selama 3-10 jam, bahkan ada yang sampai seharian. *pangek lapauk* sangat nikmat dimakan dengan nasi hangat.

Seiring berkembangnya zaman saat ini *pangek lapauk* sudah bisa dipesan. Salah satu usaha yang menyediakan pembuatan *pangek lapauk* yang berada dikawasan Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam Provinsi Sumatra Barat, yaitu “Limadara. “Limadara” berdiri sejak tahun 2022, berawal dari pelatihan *vocalisasi* bagi usaha mikro disektor perikanan/peternakan untuk bisa diminati dari

kalangan anak-anak, remaja dan orang tua. “Limadara” sendiri memiliki arti lima bersaudara yang merupakan jumlah anak dari pemilik usaha (owner) produk *pangek lapuak* tersebut. Pemilik usaha (owner) nya bernama Titis Winda yang merupakan salah satu anggota UMKM.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Pemilik usaha (owner) menjadikan hasil kolamnya untuk membuka usaha makanan dengan membuat *pangek lapuak*. Pemilik usaha pelan-pelan mulai menjual *pangek lapuak* dengan mengikuti stand Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang diadakan di berbagai tempat sampai sekarang ini. *Pangek lapuak* “Limadara” juga sudah mendapatkan sertifikat halal pada tahun 2023.

Produk yang ditawarkan oleh “Limadara” adalah spesifik dibidang makanan, yang menjadi pembeda produk “Limadara” dengan yang lain yaitu dengan adanya sistem kustom pada produk berupa isian atau campuran sesuai selera yang dipesan pembeli. Campuran atau isian dari pangek tersebut seperti kacang panjang, pakis, nangka, kacang pagar/kacang koro, daun mangkokan. Hal tersebut tentu menjadikan produk yang ditawarkan oleh “Limadara” menjadi lebih menarik serta banyak digemari oleh masyarakat.

Target audience *pangek lapuak* dituju kepada kalangan menengah ke atas, yang menjadikan *pangek lapuak* sebagai oleh-oleh. Pencinta *pangek lapuak* ditujukan pada para perantau yang dapat membawa *pangek lapuak* sebagai oleh-oleh. Perantau yang tinggal dirantau tidak perlu jauh-jauh untuk merasakan *pangek*

lapuak, karena sudah ada produk “Limadara” yang dijual secara online. Bagi ibu-ibu pekerja kantoran yang tidak sempat memasak dan anak-anak kos yang ingin masakan rumah. Produk “Limadara” tidak hanya menjangkau di dalam Kota Padang saja namun sudah meluas hingga Pulau Jawa.

Sumatera Barat khususnya di Agam belum ada ditemui *pangek lapuak* dengan sistem kustom pada produk seperti “Limadara”. Semua bahan yang digunakan “Limadara” diklaim menggunakan bahan-bahan berkualitas dan alami, tanpa menggunakan bahan pengawet untuk ketahanannya, sehingga “Limadara” memberi jaminan rasa enak dan empuk sampai ketulangannya serta rasa nikmat yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan. Semua produk “Limadara” diproduksi dengan teknik tradisional, kemasan yang digunakan hanya memiliki fungsi sebagai wadah/tempat produk saja.



Gambar 1. Kemasan Produk Limadara
(Sumber : Mutiara, 2023)

Hasil pengamatan dari kemasan yang digunakan saat ini ada beberapa jenis kemasan yang digunakan oleh “Limadara”. jenis kemasan yang digunakan yaitu kemasan plastik, kotak. Kemasan tersebut ditambah stiker lebel “Limadara” pada bagian atasnya sebagai identitas produk.

Dilihat dari potensi produk *pangek lapuak* “Limadara”, seharusnya kemasan yang digunakan oleh “Limadara” bisa lebih mempertimbangkan fungsi kemasan yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga digunakan sebagai media promosi dan identitas dari merek “Limadara”, hal tersebut diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* “Limadara”. Konsumen dapat melihat daya tarik dari visual produknya dengan memanfaatkan warna, bentuk, ilustrasi, dan mereknya. Dapat membuka cabang produk *pangek lapuak* “Limadara” di beberapa tempat di Indonesia maupun Luar Negeri.

Melalui optimalisasi fungsi kemasan yang tidak hanya digunakan sebagai wadah produk saja, namun juga sebagai media komunikasi dan promosi untuk meningkatkan *brand awareness* “Limadara”. Dengan adanya kemasan agar dapat membuat masyarakat mengingat produk yang dijual “Limadara” adalah *pangek lapuak* yang dijadikan sebagai oleh-oleh. Permasalahan lainnya dari kemasan yang digunakan saat ini ialah struktur kemasan. Pada kemasan yang menggunakan plastik *polipropilen* yaitu struktur kemasan kurang kokoh digunakan karena akan merusak produk di dalamnya. Tampilan kemasan polos dengan tambahan stiker lebel “Limadara” di atas kemasan belum bisa berfungsi sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen.

Berdasarkan hasil tinjauan sementara tentang kemasan “Limadara”, maka dalam upaya mengembangkan *brand awareness* serta strategi promosi “Limadara”. Maka perancangan ini diberi judul “Desain Kemasan Pangek Lapuak Limadara

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang ditemukan berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas adalah :

1. Kemasan yang digunakan oleh “Limadara” saat ini hanya berfungsi sebagai wadah atau tempat produk tanpa ada fungsi sebagai sumber informasi produk dan *branding* kepada konsumen.
2. Tidak ada tampilan visual sebagai *brand identity* pada kemasan, kemasan yang digunakan saat ini hanya stiker lebel “Limadara” yang ditempel pada kemasan.
3. Belum terlihat upaya *brand awareness* pada kemasan produk “Limadara”.
4. Kemasan yang digunakan oleh “Limadara” saat ini rentan merusak produk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas. Penulis membatasi ruang lingkup permasalahan pada desain kemasan untuk produk “Limadara” guna meningkatkan *brand awareness* “Limadara” serta strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing produk “Limadara”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan tentang bagaimana mendesain kemasan *pangek lapuak* “Limadara” untuk meningkatkan *brand awareness* “Limadara”.

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari mendesain kemasan ini yaitu:

1. Meningkatkan *brand awareness* dari “Limadara”

2. Mendesain kemasan untuk produk *pangek lapuak* “Limadara” dengan memaksimalkan fungsi kemasan sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen.
3. Sebagai salah satu strategi promosi dalam meningkatkan daya saing produk *pangek lapuak* “Limadara”.
4. Meningkatkan fungsi kemasan sebagai wadah atau tempat dari produk melalui struktur kemasan yang lebih baik.

F. Orisinalitas

Penulis telah mendesain kemasan sebagai karya akhir yang belum pernah dibuat sebelumnya. Penulis akan membuat desain kemasan yang menarik sebagai kekuatan sekaligus menjadi pembeda dengan kompetitor, sehingga jauh dari penduplikasian atau penjiplakan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari mendesain kemasan *pangek lapuak* “Limadara” dapat di ambil kesimpulan bahwa kemasan *pangek lapuak* “Limadara” sebelumnya hanya berfungsi sebagai wadah dari produk saja. Pada kemasan sebelumnya hanya kemasan polos yang ditambah stiker sebagai informasi produk. Melalui perancangan ini kemasan yang baru memaksimalkan fungsi kemasan yang tidak hanya sebagai wadah dari produk saja, namun juga sebagai sarana informasi dan branding produk kepada konsumen, dan sebagai media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* “Limadara”. Menggunakan metode pengembangan 4D untuk menghasilkan produk kemasan baru melalui proses pengembangan guna mengetahui sejauh mana kemasan produk dapat berfungsi dengan baik dan layak untuk digunakan sebagai kemasan produk

Perancangan ini dimulai dari proses pendefinisian dengan memilih informasi yang didapat melalui wawancara, survei dan observasi, yang kemudian data tersebut menjadi acuan dalam perancangan kemasan “Limadara”. penulis merancang sebuah identitas visual berupa logo, kemudian dilanjutkan merancang kemasan yang sesuai. Pemilihan tema *bundo kanduang* visualisasi logo dan tambilan desain pada kemasan “Limadara”.

Diharapkan dengan adanya desain kemasan *pangek lapuak* “Limadara” ini, dapat meningkatkan *brand awareness* dari “Limadara” melalui mendesain kemasan baru untuk produk *pangek lapuak* “Limadara” dengan memaksimalkan fungsi kemasan sebagai sarana komunikasi dan branding kepada konsumen.

Meningkatkan daya saing “Limadara” melalui tampilan visual dan struktur kemasan yang lebih baik dari kemasan yang sebelumnya.

B. Saran

Saat ini penggunaan kemasan yang baik dengan memaksimalkan fungsi kemasan yang dapat membantu meningkatkan *brand awareness* dan daya saing dari sebuah *brand*. Maka dari itu pentingnya untuk pemilik usaha mulai memanfaatkan fungsi yang tidak hanya sebagai wadah produk saja, namun juga sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen juga media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tiopan Topo Guntur, (2014). “Pengaruh Brand Image Dan Package Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Kemasan Merek Aqua Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area”. Skripsi tidak diterbitkan. Medan : Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
- [2] Rika pangesit. (2022).” Pengertian Kemasan Primer, Sekunder”. Diambi dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5882839/pengertian-kemasan-primer-sekunder>.
- [3] Rustan, F Nugraha. (2009). “identitas visual hanna cakes and catering”. Diambil dari <https://elibrary.unikom.ac.id>. Diakses 2021
- [4] Wasil. (2017). Forum Ekonomi. Pengaruh Brand Awareness Brand Association dan, 19(2) : 142.
- [5] Danton, Sihombing. (2001). Tipografi Dalam Desain. Jakarta: PT. Gramedia
- [6] Michael Ray, Morissan. (2010). Promosi jasa dan barang. Repositori Universitas Dinamika.
- [7] Adminlp2m. (2022) “ mengenal Metode Pengembangan Perangkat Pembelajaran Metode 4D. Artikel LP2M Universitas Medan Area.
- [8] Ari Widiadi 2,(2019) perancangan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. Diambil dari jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, No. 2, 67-76
- [9] Syamsudin, M. F. Wajdi, dan A. N. Praswati. (2015). Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa. Desain Kemasan Makanan, 19,, 181-188.
- [10] Rizaldi, A. S. (2017). Redesign Kemasan Produk Egg Roll Diva Cookies Bojonegoro Menggunakan Metode Kansai Engineering dan Value Engineering. Semarang.
- [11] Riadi, M (2016). Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenis – Jenis Kemasan. Diperoleh melalui situs internet: <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertianfungsi-tujuan-dan-jenis>