

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam mempromosikan produk. Pembaruan kemasan diperlukan agar kemasan tetap relevan dengan target market yang terus berkembang seiring dengan perkembangan waktu.

Penulis melakukan penelitian dan perancangan ulang dari kemasan Sirop “Tjampolay” agar lebih relevan dengan target market sekarang dan lebih informatif menyesuaikan dengan aturan BPOM yang ada. Teori kemasan, analisa visual, dan strategi kreatif digunakan untuk mendapatkan perancangan ulang yang lebih menarik dan mencerminkan karakter target pasar, yaitu ibu-ibu generasi milenial, serta nilai lokal. Perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan citra merek, memperkuat identitas produk, serta mendukung strategi promosi agar Sirop “Tjampolay” dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan masukan untuk membantu penelitian berikutnya. Penelitian ini hanya terbatas mengenai perancangan kemasan, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas topik atau aspek lain dari penelitian ini seperti promosi maupun identitas brand. Penelitian ini juga masih memiliki banyak kekurangan sehingga sumber informasi tambahan secara langsung masih diperlukan untuk membantu dalam perancangan kemasan yang sesuai dengan identitas perusahaan dan cocok dengan target pasar.