

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa :

Kesimpulan dari Perancangan ulang kemasan sebagai media promosi AGAI UMS Solo ini adalah kemasan dari suatu produk, yang secara tidak langsung kemasan ikut menentukan target dan tujuan dari produk tersebut. Semakin banyak jenis produk yang ditawarkan maka akan timbul kompetisi antar produsen produk yang sama. Perancangan desain kemasan yang sesuai terhadap produk akan memberikan suatu nilai yang baik dibalik melalui *brand image* dalam benak konsumen. Untuk mendapatkan strategi kreatif dari perancangan ini dilakukan tahap survey ke produsen Ayam Geprek Abang Ireng. Serta diharapkan melalui media media promosi akan menjadi suatu cara untuk meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan.

B. Saran

Untuk menghasilkan sebuah karya desain yang baik, hendaknya seorang desainer mampu berpikir kreatif dan inovatif dengan dasar konsep desain yang kuat sehingga nantinya akan dihasilkan sebuah karya desain yang baik, komunikatif, dan tepat mengenai sasaran. Selain itu, sebuah perusahaan dalam menentukan kemasan sebagai media promosi haruslah sesuai dengan lembaganya dan konsisten dengan ide awal tujuan perusahaan itu sehingga perusahaan tersebut mendapatkan citra yang baik dimata audience. Dalam mendesain tidak cukup hanya dengan menyampaikan pesan, melainkan pesan tersebut harus dapat dimengerti oleh target audiencenya.