

PERANCANGAN KEMASAN *CUSTOM BOX TAKE AWAY* UNTUK RESTORAN *THE CHOWK*

Ni Putu Wiwi Antari Dewi¹, I Wayan Swandi², I Kadek Jayendra Dwi Putra³

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

Putuwiwi15@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang perancangan desain kemasan *custom box-take away* untuk restoran *The Chowk* Sanur, dengan tujuan menciptakan media komunikasi visual yang tidak hanya mencerminkan identitas merek tetapi juga memberikan kenyamanan bagi konsumen. Metode penciptaan dalam merancang desain kemasan *take away* ini menggunakan metode data primer seperti wawancara, observasi, pengumpulan data, dan pengamatan partisipatif. Desain kemasan disesuaikan dengan arahan dari klien dan didasarkan pada elemen-elemen desain komunikasi visual seperti ilustrasi, tipografi, warna, dan tata letak, yang semuanya dipilih untuk memastikan keselarasan dengan citra merek serta kebutuhan praktis. Ilustrasi pada kemasan menggambarkan karakter restoran dan berfungsi untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen. Tipografi dipilih agar mudah dibaca, menarik, dan sesuai dengan berbagai ukuran kemasan, sementara warna ditentukan berdasarkan prinsip psikologi warna untuk menciptakan daya tarik visual dan menyampaikan pesan yang tepat sesuai dengan identitas merek. Desain kemasan ini bertujuan untuk menghasilkan media komunikasi visual yang fungsional, komunikatif, dan informatif, sehingga mempermudah pengalaman konsumen saat membeli makanan. Selain itu, desain ini diharapkan dapat memperkuat daya tarik merek *The Chowk* Sanur di mata publik dan menciptakan kesan positif yang bertahan lama pada konsumen.

Kata Kunci : Desain, Kemasan, Makanan

Abstract

This paper discusses the design of custom take-away box packaging for The Chowk Sanur restaurant, with the aim of creating a visual communication medium that not only reflects the brand identity but also provides comfort for consumers. The design creation method for this take-away packaging utilizes primary data methods such as interviews, observations, data collection, and participatory observation. The packaging design is tailored according to the client's directions and is based on visual communication design elements such as illustration, typography, color, and layout, all of which are chosen to ensure alignment with the brand image and practical needs. The illustration on the packaging reflects the character of the restaurant and serves to build an emotional connection with consumers. Typography is chosen to be easily readable, attractive, and suitable for various packaging sizes, while color is determined based on color psychology principles to create visual appeal and convey the appropriate message in line with the brand identity. The goal of this packaging design is to create a functional, communicative, and informative visual communication medium that simplifies the consumer experience when purchasing food. Additionally, this design is expected to strengthen the brand appeal of The Chowk Sanur in the public's perception and create a lasting positive impression on consumers.

Keywords: Design, Packaging, Food

PENDAHULUAN

Industri adalah sekumpulan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan produksi barang dan jasa. Istilah ini mencakup berbagai proses yang melibatkan pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi yang siap dipasarkan, serta kegiatan pendukung seperti desain, distribusi, dan pemasaran. Industri memegang peran penting dalam perekonomian suatu negara, menjadi sumber utama lapangan kerja dan penciptaan nilai tambah. Setiap sektor industri memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri, mulai dari industri manufaktur yang menghasilkan barang-barang seperti otomotif dan elektronik, hingga industri teknologi informasi yang berkembang pesat dengan perangkat lunak dan layanan IT inovatif. Industri kreatif, yang mencakup seni, desain, dan media, juga berperan besar dalam budaya dan identitas suatu bangsa. Industri di Bali memiliki karakteristik yang unik, sangat dipengaruhi oleh budaya, pariwisata, dan lingkungan alamnya yang mempesona. Sektor pariwisata menjadi penggerak utama perekonomian Bali, berkat keindahan alam dan kekayaan budaya yang ada di pulau ini. Selain itu, industri kreatif, kerajinan tangan, makanan dan minuman, serta sektor *wellness* turut mendukung ekosistem ekonomi yang saling berkaitan, menjadikan Bali sebagai destinasi yang menarik dan berkelanjutan. Salah satu contoh industri yang berkembang di Bali adalah Yumico Bali, perusahaan yang berfokus pada solusi inovatif dalam pengemasan makanan dan minuman. Sejak 1996, Yumico Bali telah berkontribusi dalam industri kemasan dengan memberikan produk-produk berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Dengan beragam produk seperti *lunch box*, *paper tray*, dan tentunya berbahan dasar *eco-friendly*, Yumico telah bekerja sama dengan berbagai restoran dan perusahaan besar. Salah satu klien Yumico adalah *The Chowk* Sanur, restoran India yang terkenal dengan hidangan otentiknya. Melalui perancangan desain kemasan take away untuk *The Chowk*, Yumico berusaha memberikan pengalaman yang menyenangkan dan praktis bagi para pelanggan, sambil memperkuat identitas merek restoran tersebut. Proyek perancangan kemasan untuk restoran *The Chowk* ini tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga pada fungsionalitas dan keberlanjutan. Dengan desain yang menarik, kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual produk dan mendukung pengalaman konsumen. Selain itu,

proyek ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi dalam desain kemasan yang efektif dan inovatif, sehingga mahasiswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dalam industri kreatif.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2020:105) menyatakan bahwa secara umum terdapat 4 (empat) macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan atau triangulasi (observasi, wawancara dan observasi). Dalam konteks Kerja Praktik di Yumico Bali, terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mencari informasi, antara lain:

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2020:109) observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang holistik (menyeluruh). Selama periode kerja praktik di Yumico Bali, penulis melakukan observasi untuk memahami sistem manajemen dari penerimaan pesanan hingga membuat sampel fisik. Hal ini melibatkan pengamatan langsung di lapangan di mana mahasiswa terlibat secara aktif

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020:114) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam kasus ini, penulis melakukan wawancara dengan Ibu Trisna Widyantari, selaku *Manager* Yumico Bali, menggunakan metode wawancara tak terstruktur. Ini melibatkan pertanyaan dan jawaban langsung untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang manajemen, sejarah, perkembangan, dan aspek lain dari Yumico Bali untuk laporan akhir.

3. Kepustakaan

Menurut Jaya (2020:149) mengatakan bahwa “dalam studi kepustakaan (*library research*) penciptaan dilakukan dengan cara menelaah dan mempelajari berbagai literatur (buku-buku, jurnal, peraturan undang-undang, dan lain-lain), yang digunakan sebagai acuan berdasarkan pokok permasalahan yang diteliti”. Metode ini digunakan untuk mencari informasi yang sesuai dengan bidang disiplin ilmu dalam hal perancangan media komunikasi visual sebagai media promosi. Dalam hal ini metode kepustakaan dipergunakan dalam mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan tugas yang diberikan oleh Yumico Bali sebagai tambahan informasi dalam penyusunan laporan akhir.

4. Dokumentasi

Menurut Julmi (2020) dokumentasi merupakan dokumen yang berisi informasi yang relevan mengenai pertanyaan penciptaan. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk mengumpulkan data tentang latar belakang dan konteks sejarah penciptaan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada.

5. Partisipan

Sugiyono (2018) menyebutkan bahwa observasi partisipan merupakan observasi yang dilakukan oleh peneliti dimana peneliti terlibat ke dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau sumber data yang digunakan sebagai penciptaan (p. 225). Dalam kasus ini, peneliti datang langsung ke Yumico Bali dan berkontribusi ke dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya. Tujuan observasi aktif adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang konteks yang sedang diteliti, yang tidak bisa diperoleh hanya dengan pengamatan dari luar. Dalam hal ini, peneliti menggabungkan kehadiran langsung dengan pengumpulan data secara objektif. Dapat disimpulkan bahwa partisipan

adalah subjek yang dilibatkan secara langsung dalam kegiatan mental dan emosi secara fisik sebagai peserta dalam memberikan respon terhadap proyek yang dilaksanakan di Yumico Bali serta mendukung pencapaian tujuan dan bertanggung jawab atas keterlibatannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menggali solusi dengan merumuskan ide-ide dari sekelompok individu yang menguasai masalah dan memiliki kompetensi dalam memberikan konsep terkait desain yang akan dikembangkan. Proses analisis dimulai dengan mencari referensi berdasarkan informasi mengenai kriteria tampilan visual yang akan diterapkan oleh *The Chowk*, serta melakukan asistensi kepada pihak *The Chowk* terkait ide-ide yang berkaitan dengan proyek desain kemasan yang mencakup elemen-elemen desain komunikasi visual, seperti ilustrasi, tipografi, warna, teks, dan *layout*.

Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil analisis data diatas terdapat beberapa elemen desain yang digunakan sebagai dasar dari perancangan kemasan take away *The Chowk*, yang memiliki kaitan erat dengan konsep yang akan digunakan dalam perancangannya. Melalui informasi yang telah dikumpulkan dapat diketahui bahwa gaya yang digunakan pada kemasan *The Chowk* menggunakan gaya desain minimalis atau desain yang berfokus pada merek (*brand-centric design*). Dalam gaya ini, logo perusahaan menjadi elemen utama yang lebih diutamakan, dengan tambahan elemen-elemen desain lainnya disesuaikan untuk mendukung dan menonjolkan logo perusahaan. Tujuannya adalah untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali, serta memastikan bahwa logo *The Chowk* menjadi pusat perhatian tanpa gangguan dari elemen desain lainnya. Dalam kemasan *The Chowk* menggunakan beberapa elemen desain seperti berikut:

1. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan aspek penting dalam sebuah desain. Dalam desain, ilustrasi membantu membuat tampilan lebih menarik, menyampaikan informasi secara visual, dan meningkatkan daya ingat audiens. Adapun

ilustrasi yang digunakan oleh penulis berupa ilustrasi logo *The Chowk* dan ilustrasi fotografi makanan. Logo merupakan simbol atau tanda visual yang digunakan untuk mewakili suatu merek, perusahaan, organisasi, atau produk. Sebagai bagian dari identitas visual, logo dirancang dengan memperhatikan berbagai elemen desain seperti warna, bentuk, tipografi, dan komposisi. Logo adalah salah satu elemen penting dalam menciptakan identitas merek yang kuat, yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu entitas. Oleh karena itu, logo sangat terkait dengan prinsip-prinsip desain, seperti kesederhanaan, kejelasan, konsistensi, dan daya ingat. Fotografi makanan pada tampilan kemasan take away *The Chowk* berguna untuk menarik perhatian konsumen, menggugah selera, dan memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas serta tampilan produk. Foto yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual, menciptakan keinginan untuk membeli, hingga membantu konsumen dalam membayangkan pengalaman makan.



Gambar 1. 1 Logo *The Chowk*
(sumber : Arsip *The Chowk*)



Gambar 1. 2 Ilustrasi Fotografi Makanan
(sumber : Arsip *The Chowk*)

2. Tipografi

Menurut Stanley Marrison (dalam aris kurniawan 2020) mengatakan bahwa tipografi dapat di definisikan sebagai keterampilan mengatur bahan cetak secara baik dengan tujuan tertentu;

seperti mengatur tulisan, membagi-bagi ruang atau spasi, dan menata atau menjaga huruf untuk membantu secara maksimal agar pembaca bisa memahami teks. Ada pula jenis huruf yang dipilih dalam perancangan desain kemasan ini adalah jenis *font sans serif* “*Montserrat*” karena karakternya yang tegas dan mudah dibaca.



Gambar 1. 3 Font *Montserrat*
(sumber : <https://shorturl.at/4M4O5>, diakses 26 Des 2024)

3. Teks

Morrison (2021) dalam *Packaging Design: Successful Product Branding* berpendapat bahwa teks tidak hanya berfungsi informatif, tetapi juga estetis. Penggunaan *font*, warna, dan ukuran teks dapat menciptakan kesan tertentu yang mendukung citra merek. Misalnya, teks dengan *font serif* klasik sering kali dipilih untuk produk premium, sementara *font sans-serif* lebih cocok untuk produk yang berfokus pada kemodernan dan kesederhanaan.

ROMAN EGYPTIAN SANS SERIF
roman egyptian sans serif

SCRIPT MISCELLANEOUS
script miscellaneous

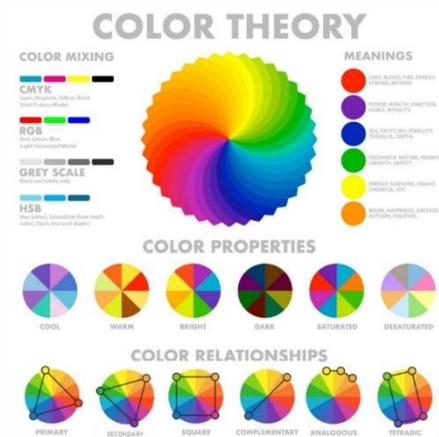
Macam-macam jenis huruf menurut James Craig.

Gambar 1. 4 Jenis jenis huruf
(sumber : <https://shorturl.at/SejCP>, diakses 28 Des 2024)

4. Warna

Menurut Soewignjo (dalam Assyifa et al., 2020), warna dibagi menjadi dua yaitu secara subyektif (secara psikologis) dan secara objektif (secara fisik). Warna merupakan sebuah

unsur keindahan dalam seni yang terlihat secara visual dan dapat memberikan kesan perbedaan bentuk fisik dari suatu benda. Warna yang ditimbulkan memiliki beragam jenis. Ragam warna terbagi menjadi dua jenis yang meliputi warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna kuartener. Pada kemasan *The Chowk* menggunakan warna dasar merah dengan pattern bintang-bintang berwarna *cream*.



Gambar 1. 5 Teori Warna
(Sumber : <https://vocasia.id/blog/teori-warna/>, diakses 28 Des 2024)

5. Layout

Menurut *Ambrose* dan *Haris* (2011) pada bukunya yang berjudul “*Basic Desain Layout*” menyatakan bahwa *layout* adalah susunan dari semua elemen dalam sebuah desain yang berhubungan dengan penempatan ruang dan penyesuaian yang estetis. Dalam suatu karya *layout* berhubungan dengan penempatan teks dan gambar. Bagaimana elemen-elemen tersebut diposisikan dan dihubungkan satu dengan yang lain dalam skema desain secara keseluruhan yang akan berdampak bagaimana konten tersebut dilihat, diterima dan emosional dari penerima yang timbul terhadapnya. Selain untuk mengontrol atau mengatur informasi, *layout* juga berguna untuk memfasilitasi kreativitas. Tujuan dari *layout* adalah untuk mempresentasikan elemen visual dan

teks yang ingin dikomunikasikan kepada penerima dengan usaha yang minimal. *Layout* sendiri dapat membantu atau menghambat penerimaan informasi yang disajikan dalam sebuah karya.



Gambar 1. 6 *Layout Custom Box*
(sumber : dokumentasi Wiwi, 2024)

Proses Perancangan

Adapun proses perancangan desain kemasan *custom box take away The Chowk* Sanur adalah sebagai berikut :

1. Pencarian Ide

Pencarian ide yang dilakukan melalui beberapa sumber di *internet*, beberapa *website* untuk sebuah *layout* kemasan, seperti *google* dan *pinterest* digunakan sebagai sumber gambar dan inspirasi yang kemudian digunakan sebagai bayangan awal. Hasil dari pencarian ide ini selanjutnya di diskusikan dengan senior di *Yumico Bali* dan di asistensikan ke klien *The Chowk*.

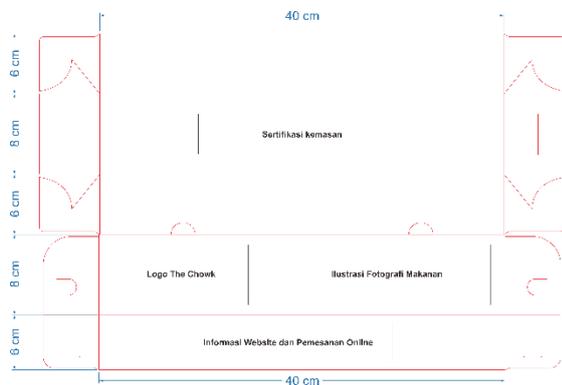
2. Konsep

Menurut *Singarimbun* dan *Effendi*, konsep adalah sebuah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak (abstraksi) suatu kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi objek. Dengan adanya konsep, seorang peneliti diharapkan dapat menggunakan suatu istilah untuk beberapa kejadian yang saling berkaitan. Karena konsep juga berfungsi untuk mewakili realitas yang kompleks.

3. Thumbnail Desain

Thumbnail merupakan hasil dari brainstorming konsep-konsep pada perancangan media, yang dalam hal ini adalah perancangan desain kemasan. Menurut *Ningsih* (2021), *thumbnail*

adalah pencatatan ide-ide ke dalam bentuk visual atau berupa sketsa desain. Berikut adalah *thumbnail* perancangan kemasan *custom box The Chowk*.



Gambar 1. 7 Thumbnail Desain
(sumber : Dokumentasi Wiwi, 2024)

4. *Tight Tissue*

Menurut Ningsih (2021), *tight tissue* merupakan suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer yang akan dipresentasikan kepada klien yang terlihat sama persis dengan desain akhir. *Tight tissue* disebut juga sebagai sebuah jawaban atau solusi terhadap masalah desain yang dihadapi. Berikut adalah *tight tissue* dari desain kemasan *custom box The Chowk*.



Gambar 1. 8 Tight Tissue Kemasan
(sumber : Dokumentasi Wiwi, 2024)

Perancangan Kemasan

Menurut Kotler (2018: 230) *packaging* atau pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus untuk sebuah produk. Proses perancangan kemasan melibatkan aktivitas desain dan produksi yang tujuan utamanya untuk melindungi produk dan

mempertahankan kualitasnya. Kemasan makanan didesain khusus untuk menghindari kerusakan, kontaminasi, atau masalah lainnya selama proses transportasi, penyimpanan, dan penanganan oleh konsumen. Ini mencakup perlindungan terhadap perubahan suhu, kelembaban, serta kerusakan fisik. Dalam perancangan kemasan *custom box take away*, penulis menggunakan *software Adobe Illustrator* dalam proses perancangan kemasan *custom box take away*. *Adobe Illustrator* dipilih karena kemampuannya dalam menyediakan alat-alat yang diperlukan untuk menghasilkan desain kemasan yang inovatif dan efektif sesuai dengan kebutuhan produk makanan roti tersebut. Berikut adalah langkah-langkah proses perancangan dari kemasan *custom box take away* :

1. Langkah pertama yaitu menentukan ukuran. *Custom box* memiliki ukuran 40 x 8 x 6 cm. 40 cm untuk panjangnya, 8 cm untuk lebarnya dan 6 cm untuk tingginya. Ukuran ini di pilih karena menyesuaikan dengan ukuran dari roti dosa yang akan di masukkan ke dalam *custom box* ini.
2. Lalu beri warna dasar merah dengan dihiasi bintang bintang berwarna *cream* mengelilingi kemasan, berikan *space* kosong pada bagian atas kemasan guna menempelkan sertifikat kemasan. Pada bagian bawah kemasan yang mana saat dilipat merupakan bagian atas dari kemasan diberikan gradasi pada pola bintang-bintang.
3. Tambahkan logo *The Chowk* yang diletakkan dibagian atas kiri kemasan, lalu dibagian kanan atas diberikan ilustrasi foto makanan yang bernama dosa sesuai dengan isian dari *custom box* ini nantinya. Ilustrasi foto diberikan efek *shadow* hitam agar lebih menonjolkan gambar makanannya.
4. Pada bagian bawah kemasan dibuatkan kotak dengan ujung kotak dibentuk setengah lingkaran, lalu tambahkan tulisan "*Order Online : www.thechowk.id*" agar orang tau bahwa *The Chowk* menerima order makanan melalui *website*. Fungsi *website* yang paling penting adalah sebagai sarana informasi bagi pengguna *internet*. Segala macam informasi dapat disampaikan oleh pemilik *website* kepada pengguna internet melalui link *website*. Jika usaha makanan dibantu dengan

website resmi, tentu akan mempermudah pelanggan untuk mengakses menu usaha. Bagian kanan *website* ditambahkan *barcode* yang bisa di *scan* oleh pembeli yang bisa di akses untuk melihat varian menu makanan yang dijual oleh *The Chowk*.

- Langkah terakhir yaitu menambahkan sertifikasi kemasan yang di letakkan di bagian atas desain yang dimana pada saat dilipat, sertifikasi akan menjadi bagian paling bawah dari kemasan. Sertifikasi merupakan proses verifikasi oleh pihak ketiga independen bahwa suatu produk telah memenuhi standar tertentu. Standar ini bisa berupa standar nasional, internasional, atau standar industri yang berlaku. Setelah melalui proses sertifikasi, produsen akan mendapatkan sertifikat yang menjadi bukti bahwa produk mereka memenuhi standar tersebut.



Gambar 1. 9 Desain Akhir Kemasan *Custom*
(sumber : Dokumentasi, 2024)

Desain Akhir

Pada tahap desain akhir, setelah desain *custom box* disetujui oleh klien, proses realisasi dimulai di mana desain akan diimplementasikan pada kemasan makanan roti yang bernama Dosa. Berikut adalah hasil akhir dari desain yang telah dirancang untuk kemasan roti Dosa *custom box*.



Gambar 1. 10 Hasil Akhir Kemasan *Custom*
(sumber : Dokumentasi Wiwi, 2024)

SIMPULAN

Custom box ini memiliki ukuran 40 x 8 x 6 cm, dengan panjang 40 cm, lebar 8 cm, dan tinggi 6 cm. Ukuran ini dirancang untuk menampung dan menyimpan makanan berupa roti dengan aman dan efisien. Perancangan kemasan ini disesuaikan dengan arahan yang diberikan oleh klien, dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting dalam desain komunikasi visual. Beberapa elemen yang diterapkan dalam desain kemasan ini meliputi ilustrasi, teks, tipografi, warna, dan tata letak/layout. Setiap elemen tersebut dipilih dan diatur sedemikian rupa agar dapat menghasilkan media komunikasi visual yang tidak hanya fungsional dan komunikatif, tetapi juga informatif dan ergonomis. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan kemasan ini tidak hanya dapat melindungi makanan dengan baik, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen, serta menciptakan kesan yang kuat terhadap merek yang diwakili. Dengan pendekatan desain yang tepat, kemasan ini diharapkan dapat memperkuat daya tarik produk dan mempermudah pengenalan merek di pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Permana, C., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(8), 60-70.
- YUNUS, M. G. (2024). DESAIN KEMASAN DELIVERY YANG AMAN UNTUK USAHA PENJUAL KATERING MAKANAN SEHAT@ slimicious. id (UMKM) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Imron, A., Notoatmojo, M. I., & Ariyanti, R. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Melalui Pelatihan Kemasan Produk pada Pelaku Usaha Perempuan di Desa Api-Api Wonokerto. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat*, 1(3), 76-83.
- Wijaya, V., Chandra, E., & Rustan, S. (2021). Perancangan Ulang Kemasan Makanan untuk Sebuah Restoran Cepat Saji. *Rupaka*, 4(1).
- Santoso, Y. R., Yuwono, E. C., & Tanudjaja, B. B. (2021). Perancangan Inovasi Kemasan Makanan Takeaway Eco-Friendly untuk Yeobi Cafe Bali. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), 6.
- Nalhadi, A., Subentar, B., & Supriyadi, S. (2022). Perancangan Kemasan Produk Kue Gipang Pangrih Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *JiTEKH*, 10(2), 52-59.
- Fitriani, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Volume Penjualan (Survey Pada Pedagang Kalua Jeruk Ciwidey Kabupaten Bandung). *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 23-33.
- Mazis, I., Aisyah, S., Zidan, R., Dalimunthe, M. F. D., & Batubara, R. M. (2023). Efektivitas Penggunaan Unsur Warna Dalam Produk Desain Packaging Makanan pada Produk Bron Chips. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, 1(1), 23-30.
- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59-67.
- Riyanto, J., Muchayatin, M., & Cahya, S. D. (2023). PENGARUH DESAIN KEMASAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 7(1), 1-11.