

Desain Kemasan Produk *Pouch* Kartini Bordir Surabaya

Masnuna¹, Athika Dwi Wiji Utami^{2*}, Houri Gita Semesta³, Widiasari⁴

^{1,3,4} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jln. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya

[1masnuna.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:masnuna.dkv@upnjatim.ac.id), [320052010088@student.upnjatim.ac.id](mailto:20052010088@student.upnjatim.ac.id),

[4widiasari.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:widiasari.dkv@upnjatim.ac.id)

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Jln. Mongonsidi Kav. DPR Sidoklumpuk Sidoarjo

2athika.dkv@unusida.ac.id

Abstrak

Kartini Bordir Surabaya merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai macam tas dan dompet wanita yang berlokasi di Surabaya. Produk tas dan dompet yang diproduksi Kartini Bordir memiliki ciri khas berupa motif bordir yang disematkan dalam setiap produknya sehingga menjadikannya sebagai pembeda dari kompetitor lainnya. Namun Produk Kartini Bordir masih belum memiliki desain kemasan yang berfungsi sebagai identitas produk dan sarana promosi. Kemasan yang digunakan pada produk Kartini Bordir masih berupa kotak mika polos yang hanya berfungsi perlindungan pada produk dari kerusakan. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan desain kemasan yang berfungsi sebagai identitas produk dan media penyampaian informasi produk sebagai salah satu bentuk promosi. Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengandalkan data primer yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengolahan data yakni menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal pada produk untuk menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan peluang usaha produk Kartini Bordir. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengusung tema terkait langkah strategis dalam meningkatkan peluang bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah.

Kata kunci— *Kartini Bordir, Identitas produk, Desain Kemasan*

Abstract

Kartini Embroidery Surabaya is a home-based business that produces various kinds of women's bags and wallets located in Surabaya. The bag and wallet products produced by Kartini Embroidery have a distinctive feature in the form of embroidered motifs embedded in each of their products, making them a differentiator from other competitors. However, Kartini Embroidered Products still do not have a packaging design that functions as a product identity and promotional tool. The packaging used for Kartini Embroidered products is still a plain mica box which only has the function of protecting the product from damage. The purpose of this design is to create a packaging design that has function as a product identity and a medium for conveying product information as a form of promotion. This design uses qualitative research methods by relying on primary data obtained from observations, interviews, and documentation. The data processing method is using SWOT analysis to evaluate internal and external conditions on products to determine the right strategy to increase business opportunities

for Kartini Embroidery products. For further research, it is hoped that it will be able to carry themes related to strategic steps in increasing business opportunities in micro, small, and medium enterprises.

Keywords— *Kartini Bordir, Product identity, Packaging Design*

1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan akan *fashion* semakin beragam. Industri berbahan tekstil semakin digemari, tidak hanya berupa pakaian tetapi juga berupa tas dan dompet. Bentuk dan model yang beragam dari produk tas dan dompet membuat produk ini selalu populer di masyarakat tanpa lekang waktu. Hal ini menjadi suatu peluang bagi para pelaku usaha dibidang tekstil untuk menyajikan berbagai macam bentuk, warna, motif dan bahan tas ataupun dompet yang unik untuk menarik konsumen bahkan tak jarang menjadikannya sebagai tren yang populer di masyarakat.

Saat ini kebutuhan akan tas dan dompet menjadi benda yang wajib dimiliki karena banyaknya barang yang kini menjadi kebutuhan sehingga memerlukan tempat penyimpanan agar tidak tercecer dan hilang. Bagi wanita, kebutuhan akan tas atau dompet cukup beragam sehingga saat ini banyak muncul berbagai macam tas dengan berbagai ukuran sebagai tempat penyimpanan disesuaikan dengan kegunaannya. *Pouch* merupakan tempat penyimpanan yang ukurannya lebih kecil dari tas. Karena bentuknya yang kecil, barang ini cukup berguna untuk menyimpan barang-barang kecil dengan jumlah yang tidak terlalu banyak. *Pouch* untuk wanita memiliki banyak kegunaan, salah satunya untuk menyimpan alat-alat kecantikan dan barang-barang kecil lainnya. *Pouch* sangat berguna sebagai tempat penyimpanan untuk memudahkan mengemas barang ketika bepergian sehingga barang bawaan tidak bercampur menjadi satu. Selain itu, tak jarang *pouch* juga digunakan sebagai souvenir untuk acara tertentu seperti acara pernikahan yang diberikan kepada tamu undangan.



Gambar 1. Produk *pouch* Kartini Bordir

Kartini Bordir Surabaya adalah usaha rumahan yang memproduksi berbagai produk tas dan dompet wanita yang berciri khas pada model tasnya yang terdapat motif bordir. Produk Kartini Bordir biasa menggunakan bahan kain jeans yang diberi bordir aplikasi, Kartini Bordir juga memanfaatkan kain perca sebagai bahan baku tas dan membuatnya menjadi motif yang unik. Produk Kartini Bordir dapat dikenali dari motif bordirnya yang mengambil bentuk-bentuk flora dan fauna sehingga menjadikan ciri khas

produk Kartini Bordir yang tidak ada pada produk tas dan dompet lainnya yang ada di Surabaya.

Dalam suatu produk, perlu adanya kemasan yang dapat melindungi produk tersebut sehingga produk terhindar dari kerusakan. Selain itu, kegunaan dari kemasan sendiri juga dapat digunakan sebagai media promosi. Dengan adanya kemasan, produsen dapat mengomunikasikan informasi produk dengan jelas kepada konsumen mengenai produk tersebut. Desain kemasan yang baik dengan memberi aspek estetika pada kemasan akan memberi kesan nyaman ketika dilihat dan menjadikan informasi yang tertera pada kemasan lebih mudah diterima oleh konsumen (Naufalina et al., 2021). Dalam pembuatan suatu desain kemasan diperlukan elemen visual yang merepresentasikan produk yang dikemas sebagai bentuk komunikasi terkait produk kepada konsumen. Selain itu elemen visual pada desain kemasan merupakan faktor utama penentu menarik atau tidaknya sebuah kemasan yang dapat meyakinkan konsumen untuk membeli (Listia Natadjaja, 2007).

Produk *pouch* Kartini Bordir merupakan produk yang paling banyak dibeli dari semua jenis tas yang diproduksi Kartini Bordir. Namun pada penjualannya, produk *pouch* tersebut hanya diberi kemasan berupa kotak mika polos. Kemasan kotak mika tersebut tidak dapat menjadi media promosi dan hanya berguna sebagai kemasan yang melindungi produk dari kerusakan dan mempermudah distribusi produk. Oleh karena itu, perlu adanya desain kemasan yang selain memberi fungsi perlindungan juga berfungsi sebagai media promosi dengan mengkomunikasikan informasi produk dan memberi estetika serta identitas visual pada produk. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mendesain visual kemasan pada produk *pouch* Kartini Bordir.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam mendesain kemasan ini dengan menggunakan metode kualitatif dan mengandalkan data primer yang didapat dari proses pengumpulan data:

2.1 Observasi

Menurut Hasanah (2017), observasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan proses pengamatan dan pencatatan sehingga memudahkan dalam mendapat informasi terkait objek yang diteliti. Dalam hal ini mengamati secara langsung produk-produk Kartini Bordir mengenai karakteristik produk, kegunaan produk, jenis-jenis produk, proses produksi dan sasaran konsumen dari produk Kartini Bordir kemudian menganalisis aspek internal dan eksternal pada produk Kartini Bordir.

2.2 Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan terhadap narasumber untuk menggali informasi terkait perancangan yang nantinya dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam penyusunan konsep (Masnuna, 2020). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada pemilik usaha Kartini Bordir secara langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan terkait produk Kartini Bordir.

2.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data visual seperti gambar atau foto (Masnuna, 2018). Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil foto produk yang ada di tempat produksi produk Kartini Bordir untuk melengkapi data. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis menggunakan SWOT untuk menganalisis kondisi internal dan kondisi eksternal pada produk Kartini Bordir kemudian menarik kesimpulan untuk menentukan strategi kedepannya guna meningkatkan penjualan dari produk Kartini Bordir. Analisis SWOT merupakan singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Sesuai namanya analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada suatu perusahaan. Dari analisis tersebut, dapat ditarik kesimpulan sederhana mengenai cara terbaik dalam menentukan strategi mengenai apa yang perlu dicapai dan apa yang perlu diperhatikan oleh seorang pelaku usaha (Fatimah, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kartini Bordir Surabaya adalah usaha rumahan yang dirintis pada tahun 2010 oleh ibu Kartini Hari Asih. Lokasinya berada di Jl. Kedurus IV C No. 4, Karang Pilang, Surabaya. Kartini Bordir memproduksi dompet atau *pouch* wanita dan tas dengan berbagai ukuran. Produk yang paling banyak dibeli konsumen adalah dompet atau *pouch* karena produk *pouch* Kartini Bordir sering dipesan untuk kebutuhan souvenir pada suatu acara. Lokasinya yang kurang terlihat karena berada di dalam daerah pemukiman warga membuat produk Kartini Bordir kurang dikenal masyarakat luas khususnya di luar daerah Surabaya. Satu-satunya media promosi yang digunakan yakni melalui media sosial dan melalui *website*. Maka dari itu perlu adanya desain kemasan sebagai salah satu langkah strategis dalam melakukan promosi tambahan. Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan didapatkan data sebagai berikut:

3.1 Observasi

Setelah dilakukan observasi pada produk *pouch* Kartini Bordir melalui pengamatan pada bahan, bentuk model dan proses produksi, didapatkan data bahwa karakteristik dari produk *pouch* Kartini Bordir terletak pada motif bordirnya yang berbeda dengan kompetitor lainnya yang memproduksi produk sejenis. Hal ini dapat menjadi suatu nilai yang dapat menjadi identitas dari produk Kartini Bordir. Motif bordir yang ditonjolkan oleh produk Kartini Bordir mengusung konsep feminim yang digemari target audiens wanita. Namun letak toko kurang terlihat karena terletak di dalam gang pemukiman warga sehingga orang luar jarang yang mengetahui produk ini ditambah produk Kartini Bordir juga belum memiliki desain kemasan yang berfungsi sebagai sumber informasi dan media promosi.

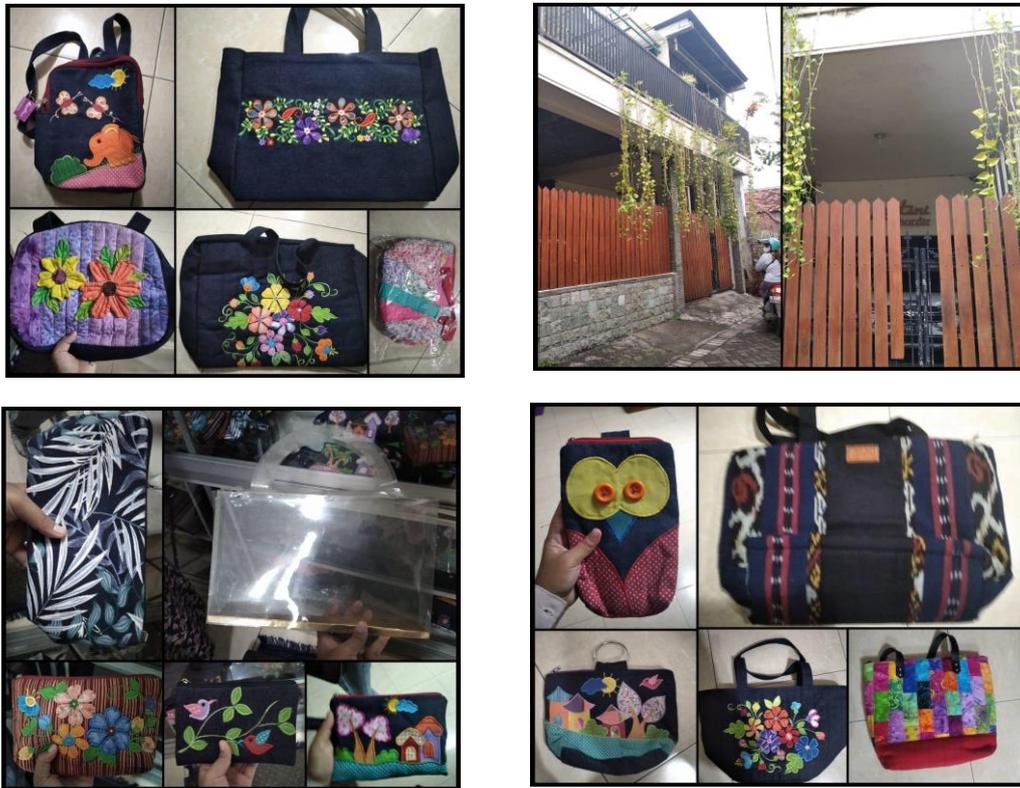
3.2 Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara kepada ibu Kartini Hari Asih selaku pemilik dari Kartini Bordir, ditemukan data bahwa sebagian besar konsumen merupakan wanita usia 20 - 35 tahun dengan produk yang paling banyak dibeli yakni produk *pouch* atau dompet. Media promosi yang dilakukan selama ini hanya melalui media sosial berupa instagram, tiktok, facebook dan melalui laman *website*. Terkait kemasan dari produk Kartini Bordir,

Ibu Kartini menerangkan mengenai pemakaian kemasan mika sebagai bungkus produk karena kemasan tersebut mudah didapat, harganya terjangkau dan bahan kemasan memungkinkan konsumen untuk melihat isi produk untuk memilih model yang diinginkan. Namun kelemahan dari kemasan tersebut adalah tidak adanya informasi pada kemasan terkait produk dan berukuran terbatas.

3.3 Dokumentasi

Berdasarkan hasil dokumentasi didapatkan data-data berupa foto-foto produk dari Kartini Bordir, kemasan Kartini Bordir, beserta lokasi toko yang digunakan untuk melengkapi data-data yang sudah ada. Kemudian dapat diambil kesimpulan bahwa produk-produk Kartini Bordir memiliki banyak model dan terdapat motif bordir berbentuk flora dan fauna di bagian depannya, lalu untuk bahan produk yang paling banyak digunakan adalah kain jeans. Bentuk kemasan mika yang digunakan berbentuk kotak dengan dilengkapi pegangan untuk memudahkan dalam membawa produk. Data dokumentasi tersebut nantinya juga berguna sebagai sumber referensi dalam merancang desain kemasan Kartini Bordir.



Gambar 2. Dokumentasi produk, kemasan dan lokasi Kartini Bordir

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis menggunakan SWOT yang ditampilkan pada tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT Kartini Bordir

Kondisi Internal Perusahaan	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki banyak pilihan model dan bentuk • Produk berciri khas bordir motif floral dan manusia. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toko <i>offline</i> kurang terlihat karena masuk gang penduduk. • Belum memiliki desain kemasan
Kondisi Eksternal Perusahaan	<p>Strategi SO</p> <p>Tetap melakukan inovasi model dan bentuk, serta aktif mengunggah postingan di media sosial berbagai model produk yang ada.</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Terus giat mempromosikan produk dengan menunjukkan manfaat produk sebagai souvenir dan keunggulan dari produk lewat media sosial yang ada dan mulai menambahkan desain kemasan untuk <i>packaging</i> produk.</p>
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk yang dimiliki Kartini Bordir bisa digunakan untuk kebutuhan souvenir sehingga meningkatkan peluang usaha. • Akun sosial media yang dimiliki bisa digunakan untuk mempromosikan produk kepada masyarakat luas. 	<p>Threat (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketatnya persaingan karena banyak usaha yang juga menjual produk serupa. • Persaingan harga yang ketat dengan UMKM lainnya yang memproduksi produk yang sama. 	<p>Strategi ST</p> <p>Meningkatkan kualitas dari produk serta terus berinovasi dalam hal model agar produk berciri khas tersendiri dibanding produk tas yang lain.</p>
	<p>Strategi WT</p> <p>Mempromosikan produk lewat media sosial dan toko <i>online</i>, serta menambahkan desain kemasan selain digunakan untuk melindungi produk juga digunakan untuk promosi dan menambah daya tarik produk.</p>	

Berdasarkan hasil analisis yang didapat dari matriks SWOT pada tabel 1, dapat diambil kesimpulan bahwa perlu adanya desain kemasan Kartini Bordir untuk mengurangi kelemahan dan meningkatkan peluang yang ada. Dengan memperhatikan beberapa aspek desain seperti warna, elemen visual, bentuk dan informasi pada kemasan. Tujuan dari perancangan kemasan tersebut adalah agar dapat menjadi identitas visual bagi produk *pouch* Kartini Bordir.

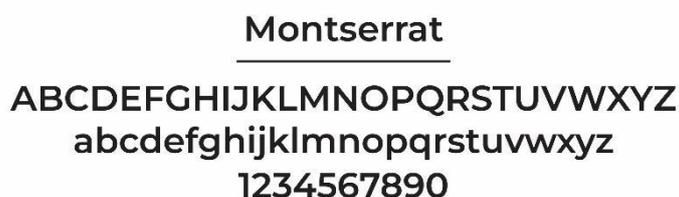
3.4 Konsep Elemen Visual

Konsep elemen visual memegang peranan penting dalam menciptakan suatu kesan menarik pada kemasan. Kemasan merupakan daya tarik awal dari suatu produk yang dapat mempengaruhi target audiens, oleh karena itu, kemasan harus berpenampilan menarik untuk membujuk audiens memberikan respon positif dalam artian membeli produk (Ni Luh Desi In Diana Sari, 2013). Konsep yang digunakan dalam desain kemasan *pouch* Kartini Bordir adalah “feminim” sesuai dengan target audiens Kartini Bordir yang merupakan wanita usia 20 sampai 35 tahun. Maka dari itu, elemen-elemen visual yang terkandung dalam desain kemasan Kartini Bordir diambil dari unsur-unsur yang terdapat

dalam produk *pouch* Kartini Bordir seperti warna dan ilustrasi pada kemasan. Dengan cara tersebut diharapkan kemasan tersebut menjadi suatu citra identitas yang memberi gambaran umum tentang produk *pouch* Kartini Bordir.

3.5 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam kemasan *pouch* Kartini Bordir yakni menggunakan *font* montserrat. Font montserrat termasuk jenis fons Sans Serif, dimana jenis ini memiliki karakter sangat tegas, mudah terbaca, sangat terlihat, sangat jelas, dan berkesan forman sekaligus netral (Arifrahara, 2021). *Font* montserrat dengan tingkat keterbacaan yang tinggi dianggap mampu menyampaikan informasi produk dengan baik kepada konsumen. Bentuknya mudah terbaca sehingga memiliki tingkat *readability* yang tinggi.



Gambar 3. Tipografi Montserrat

3.6 Warna

Warna yang digunakan dalam kemasan *pouch* Kartini Bordir menggunakan warna-warna yang diambil dari produk Kartini Bordir sendiri. Motif bordir milik Kartini Bordir berkarakteristik warna-warna cerah yang beraneka ragam. Pemilihan warna kemasan ditentukan dari warna yang paling merepresentasikan produk Kartini Bordir. Warna merah muda seringkali dikaitkan dengan wanita dan feminitas (Niken & David, 2020). Selain merah muda, terdapat biru, kuning, ungu dan putih yang juga menjadi pilihan yang sesuai karena berkesan ceria dan feminim seperti yang ditonjolkan dalam motif bordir produk Kartini Bordir.



Gambar 4. Warna yang digunakan pada kemasan *pouch* Kartini Bordir

3.7 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan dalam produk Kartini Bordir mengambil inspirasi dari motif bordir produk Kartini Bordir yang banyak mengambil bentuk flora dan fauna. Adanya ilustrasi pada desain kemasan digunakan untuk menambah nilai estetika pada kemasan serta membentuk suatu identitas visual produk yang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan emosional konsumen untuk membeli produk (Lestari et al., 2022). Selain itu, penggunaan ilustrasi pada kemasan dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Dwiputra & Aryani, 2021).



Gambar 5. Ilustrasi dalam kemasan *pouch* Kartini Bordir

3.8 Logo Merek Dagang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, didapatkan data bahwa bentuk logo merek dagang pada kemasan *pouch* Kartini Bordir menggunakan *logotype* dengan bentuk tulisan dinamis untuk memberi kesan feminin sekaligus ceria. Penambahan elemen bunga selain sebagai daya tarik dan pemberi kesan lebih feminim, sekaligus sebagai representasi produk Kartini Bordir.



Gambar 6. Desain Logo Merk Dagang Kartini Bordir

3.9 Desain Kemasan Kartini Bordir

Bentuk kemasan *pouch* Kartini Bordir berbentuk menyerupai tas sebagaimana representasi dari produk Kartini Bordir yang berupa tas. Kemasan berukuran 20 x 6 x 16 cm menyesuaikan ukuran dari *pouch* Kartini Bordir yang memiliki berbagai macam ukuran. Ukuran tersebut diambil dari rata-rata ukuran beberapa produk Kartini Bordir yang didapat dari data hasil observasi. Pada kemasan dilengkapi sisi berlapis mika yang dapat menunjukkan isi produk sehingga konsumen dapat melihat model bordir yang diinginkan. Kemasan ini juga dilengkapi tali pegangan di sisi depan dan belakang kemasan untuk mempermudah konsumen dalam membawa produk yang telah dibeli dari toko. Komponen informasi pada kemasan ini adalah nama merk, supergrafis, akun Instagram, nomor Whatsapp, akun Facebook, alamat, NIB, varian produk, dan desain logo Kartini Bordir.



Gambar 7. Konstruksi Kemasan Kartini Bordir



Gambar 8. Desain Kemasan Kartini Bordir

4. KESIMPULAN

Desain sebuah kemasan haruslah selaras dengan produk yang ada dalam kemasan baik dari segi fungsi maupun visualnya. Perlu adanya analisis dan riset pada produk sebelum mendesain sebuah kemasan sehingga kemasan tersebut dapat menjadi identitas suatu produk dan dapat menjadi sarana promosi pada produk tersebut. Kemasan sendiri berperan penting dalam penjualan suatu produk karena kemasan bersinggungan langsung dengan konsumen, bahkan tak jarang menarik atau tidaknya suatu produk dinilai dari visual kemasannya. Secara umum, desain kemasan *pouch* Kartini Bordir mencoba mengusung konsep feminin dan ceria menyesuaikan target konsumen dari produk Kartini Bordir yang kebanyakan wanita serta merupakan representasi dari karakteristik produk Kartini Bordir sendiri. Maka dari itu diharapkan desain kemasan tersebut dapat menjadi identitas visual yang mudah melekat di benak konsumen.

5. SARAN

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengungkap tema terkait langkah strategis dalam meningkatkan peluang bisnis pada usaha mikro kecil dan menengah. Saran-saran untuk penelitian yang akan datang mengenai Kartini Bordir diharapkan dapat membahas tema-tema terkait media promosi lainnya seperti website dan sosial media apabila promosi dilakukan secara *online* atau membahas beberapa media promosi lainnya yang bersifat *offline*. Pada penelitian dengan tema sejenis diharapkan dapat menyajikan ide-ide baru dengan menambah lebih banyak referensi dan metode yang nantinya dapat bermanfaat kepada khalayak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Kartini Hari Asih selaku pemilik dari usaha rumahan Kartini Bordir yang dengan rendah hati bersedia menjadi narasumber dan mendukung penuh atas data yang kami perlukan untuk perancangan kemasan ini dan telah banyak membantu dalam setiap prosesnya. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada PKK (Program Kompetisi kampus Merdeka) yang telah mendukung pendanaan publikasi artikel ini dan mendukung honorarium bagi penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada DKV Unusida yang telah bersedia menjadi mitra *joint research*. Diharapkan Kemasan *pouch* Kartini Bordir dapat meningkatkan promosi pada produk Kartini Bordir dan memberi banyak manfaat bagi perkembangan produk Kartini Bordir.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifrahara, G. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 92–104. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.3804>
- Dwiputra, Y. K., & Aryani, T. N. (2021). Analisis Pengaruh Ilustrasi Pada Kemasan “Kemripik” Terhadap Minat Beli Alumni Sma Pl Servasius Bekasi. *Tuturrupa*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3114>
- Fatimah, F. N. D. (2020). Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman. In *Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia* (Cetakan 1, Vol. 978, Issues 978:623-244-404–1). Anak Hebat Indonesia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1140079>.
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Lestari, N. P. E. B., Santosa, N. A., & Suharno, A. R. (2022). Peran Ilustrasi Bertema Indonesia Pada Produk Minuman Terhadap Respon Emosi Konsumen Dalam Membeli Dan Memahami Produk. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 11–19. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.972>

- Listia Natadjaja. (2007). Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal Dan Ekspor. *Nirmana*, 9(1), 20–30. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/17069>.
- Masnuna. (2018). Buku Autobiografi Visual Didik Nini Thowok Sebagai Penari Tradisional. *SENADA (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur) 2018, Vol. 1*, 182–189. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/61>.
- Masnuna. (2020). Desain Aplikasi Salim sebagai Media Pembelajaran untuk Menanggulangi Tindakan Kenakalan Remaja. *Andharupa*, 6(1), 100–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.3327>.
- Naufalina, F. E., Nugraha, G., & Soedewi, S. (2021). Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Studi Kasus Sheny Kelom Geulis Tasikmalaya. *Wacadesain*, 2(1), 8–15. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/wacadesain/article/view/507%0Ahttps://ejournal.ars.ac.id/index.php/wacadesain/article/download/507/352>.
- Ni Luh Desi In Diana Sari. (2013). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Profetik*, 6(1), 43–52. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1175/1085>.
- Niken, N. S. A., & David, J. D. M. (2020). Eksplorasi Bentuk Floral dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Scarf Helinar. *Ikraith-Ekonomika*, 2(3), 82–93. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/595%0A>