

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kemasan merupakan alat atau sarana untuk mengkomunikasikan isi produk secara visual dari masa lalu hingga saat ini. Tentu saja hal ini sangat berkaitan erat dengan setiap aspek perubahan budaya manusia, terutama ilmu desain komunikasi visual yang langsung berhadapan dengan konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, penemuan teknologi dan berbagai kejadian global yang membantu memfasilitasi kelahiran dan evolusi desain kemasan.

Pada perancangan ini dilakukan observasi langsung pada produk kaos *SPOORWAGEN* guna mengetahui karakteristik produk, dan PT. Kereta Api Indonesia Daop 6 (Persero) selaku badan yang mengelola perkeretapian Indonesia, serta beberapa komunitas pecinta kereta api (*railfans*) guna mendapatkan berbagai informasi yang digolongkan dalam data verbal dan data visual. Pemilik *SPOORWAGEN* yang juga seorang kondektur bersedia bekerjasama dengan penulis dalam serangkaian penyediaan data produk dan data lokomotif kereta api dalam proses pengerjaan karya desain untuk mata kuliah Tugas Akhir ini. Kerjasama ini dilakukan dengan saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yang mana pihak penulis diuntungkan dengan akses data serta riset produk, sedangkan bagi pihak *SPOORWAGEN*, kemasan yang dihasilkan dari perancangan ini bisa mereka pergunakan sebagai kemasan produk yang mempunyai nilai edukasi. Tidak hanya sebagai wadah sebuah produk, namun bisa sebagai *merchandise* dan *souvenir* dari produk yang bersangkutan.

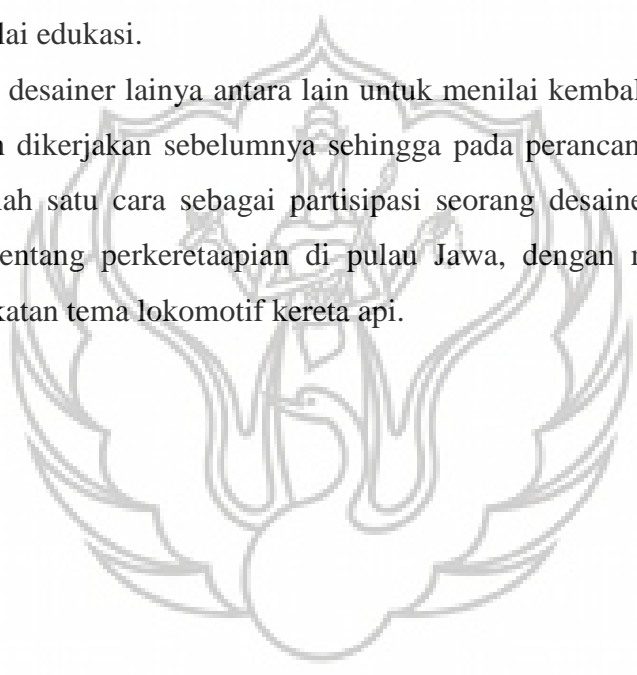
Dari sini dapat disimpulkan bahwa jika dilakukan dengan metode dan strategi yang tepat dalam perancangan produk kemasan tema lokomotif kereta api, maka edukasi tentang pengetahuan lokomotif kereta api dapat diambil melalui pengamatan terhadap kemasan. Sehingga dapat dihasilkan kemasan produk yang bisa berkelanjutan dan memiliki nilai edukasi, kreatif dan bisa digunakan sebagai *merchandise* dan *souvenir*.

B. Saran

Berkaitan dengan hasil perancangan dan sejumlah permasalahan tersebut diatas maka diharapkan pada perancangan-perancangan kemasan selanjutnya, selaku prodi Desain Komunikasi Visual yang bersentuhan dengan ranah perancangan yang begitu luas maka diperlukan kajian khusus untuk membahas perihal pengetahuan bahan dan sejumlah pengetahuan tentang analisis.

Bagi *SPOORWAGEN* untuk mengembangkan desain kemasan, sampai bentuk-bentuk promosi lainnya yang tidak memulu harus mengeluarkan biaya yang tinggi namun memiliki sebuah kemasan yang bisa berkelanjutan sebagai merchandise dan mempunyai nilai edukasi.

Saran bagi desainer lainnya antara lain untuk menilai kembali konsep desain yang akan dan telah dikerjakan sebelumnya sehingga pada perancangan berikutnya dapat melakukan salah satu cara sebagai partisipasi seorang desainer untuk memberikan pengetahuan tentang perkeretaapian di pulau Jawa, dengan memanfaatkan desain dengan pendekatan tema lokomotif kereta api.



DAFTAR PUSTAKA

- Danger, E.P. (1992.) *Memilih Warna Kemasan: Pedoman Aplikasi*.
- Hartono, AS. (2012.) *Lokomotif dan Kereta Api Diesel di Indonesia edisi 3*. Depok: PT. Ilalang Sakti Komunikasi.
- Holland, DK. (1992.) *Great Package Design - Creating Competitive Edge*. Minnesota: Rockport Publishers Inc.
- Julianti, Sri. (2014.) *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. (1996.) *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Katam, Sudarsono. (2014.) *Kereta Api Di Priangan Tempo Doeloe*. Bandung: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Klimchuck dan Krasovec. (2006.) *Desain Kemasan: Perencanaan Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2003.) *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- M.A., Morissan. (2010.) *Periklanan, Komunikasi Pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutisna. (2001.) *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakrya.
- Wirya, Iwan. (1999.) *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Majalah :

Majalah Concept. vol. 03 Edisi 18. 2007. Jakarta: PT. Concept Media.

Majalah KA. edisi 16. Album Dan KRD seri 2. 2007. Depok: PT. Ilalang Sakti Komunikasi.

Tautan :

<http://www.packagingoftheworld.com/> , akses setiap saat selama proses perancangan

<http://sustainablepackaging.org>, akses setiap saat selama proses perancangan

<http://semboyan35.com/> , akses setiap saat selama proses perancangan

<https://hendriyana90.wordpress.com/dipo-lokomotif/>, akses 7 Juni 2015

<http://www.dipomojosari.com/> , akses 14 Oktober 2015

