

BAB V

KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Sepatu Ssempac merupakan produk sepatu *bootleg* asli Indonesia yang berasal dari Surabaya tepatnya berdiri di tahun 2020. Sepatu ini merupakan sepatu berjenis vulkanis yang dipadu padankan dengan kain kanvas 12oz sebagai material utamanya. Sepatu Ssempac merupakan produk yang lahir dengan pro dan kontra yang disebabkan oleh *takedown* dari produk competitor lainnya sehingga dalam proses berdirinya harus berganti nama dari nama awal yaitu “Campess” kemudian menjadi “Ssempac”. Dari pro dan kontra tersebut produk sepatu Ssempac dengan harus terpaksa melakukan *re-branding* kembali, dan melakukan Langkah yang revolusioner dengan berani melepaskan jatidiri *bootleg* didalamnya dan berani merilis produk terbaru yang lebih *fresh*.

Untuk artikel rilisan general perdananya, sepatu Ssempac merilis artikel bernama “Gaeler”, maka dari itu penulis diberi kepercayaan untuk membantu sepatu Ssempac dalam perancangan desain kemasan (box) sepatu Ssempac. Memilih warna hitam dan silver sebagai warna utama pada kemasan dan putih sebagai warna pendukungnya. Maka dari itu, perancangan ini diharapkan mampu membuat produk sepatu Ssempac bersaing dipasar persepatuan lokal di Indonesia.

Melalui perancangan desain kemasan ini dengan data-data yang valid diperlukan proses pengembangan ide. Maka berdasarkan hasil dan Analisa dari pengumpulan data dapat disimpulkan :

1. Hasil desain yang dihasilkan mengacu pada karakteristik sepatu Ssempac yang mengusung tema “*timeless*” pada artikel Gaeler sehingga lahirlah pemilihan warna monokrom untuk perancangan desain kemasannya. Karya yang di hasilkan diharapkan agar dapat menjadi sebuah langkah untuk untuk meningkatkan daya jual produk di Indonesia.
2. Penggunaan warna hitam dan abu-abu dalam perancangan desain kemasan sepatu Ssempac dijadikan sebagai *key color* serta menggunakan material kardus untuk menghasilkan kemasan yang kokoh namun tetap mempunyai bobot yang ringan. Sementara untuk penggunaan ilustrasi foto-foto bersejarah yang ada di Surabaya merupakan pesan tersirat yang disampaikan kepada target audiens tentang kota lahirnya *brand* ini merupakan produk yang lahir di kota pahlawan.

V.2 Saran

Terkait dengan perancangan desain kemasan sepatu Ssempac, maka perlu memperhatikan hal-hal berikut :

1. Bagi pemilik produk sepatu Ssempac agar perlu memaksimalkan berbagai cara untuk melakukan inovasi pada sepatu Ssempac agar dapat menjadikan sepatu Ssempac menjadi salah satu produk sepatu

vulkanis yang populer di Indonesia sehingga bisa bersaing dengan competitor lainnya.

2. Media yang digunakan dalam perancangan kemasan kali ini masih bisa dikembangkan lagi dengan media yang lebih bervariasi, kreatif, dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggraini S, Lia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta : Gramedia
- Klimchuk, Marianne, Sandra, A. Krasovec. 2006. “*Desain Kemasan*”. Erlangga, Jakarta.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2010. *Font dan Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2011. *HURUFFONTTIPOGRAFI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2019. *Warna, Buku 1*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton. MFA. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang menjual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeegen, Lawrence. 2009. *WHAT IS ILLUSTRATION?*. Singapore : Star Standard Industries (Pte) Ltd.

Jurnal

- Cenadi, Christine S. 1999. *Elemen-Elemen dalam Dasar Komunikasi Visual*.
Jurnal Nirmala Vol.1 No.1 Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Syukrianti Muchtar, Muchammad Nurif, 2015.
Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Reproduksi
- K Kristanto. 2011. *Social Humaniora*, Vol.8 No,2.

Website

<https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>

<https://www.wongmawot.blogspot.com/2016/11/surabaya-kota-tempo-dulu.html>

https://static.highsnobiety.com/thumbor/gwqAZTFS6TKwyebYF7Om1VVe_SQ=/1600x1067/static.highsnobiety.com/wp-content/uploads/2019/02/13151320/nike-sb-shoe-boxes-explained-09.jpg

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fnews.nike.com%2Fnews%2Fnike-celebrates-roger-federer-no1-record-with-special-edition-zoom-vapor-9-tour&psig=AOvVaw140xXCKEf7K0o8TZTTTRXQ&ust=1628237719524000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjhxqFwoTCKjM2a24mfICFQAAAAAdAAAAABAJ>

LAMPIRAN



F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI S1
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : Rahmat Satria Anggara NIM : 11171044
SEMESTER : 8 TAHUN AKADEMIK : 2020/2021
JUDUL SKRIPSI: PERANCANGAN KEMASAN SEPATU SSEMPAC "GAELER" SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PEMBIMBING : Dra. Helga Korda M,Sn

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
12 Mar 21	Proposal	Lanjut BAB I	Hg
5 Apr 21	BAB I (Tata Penulisan)	Lanjut BAB II	Hg
12 Mei 21	Bab II	Lanjut BAB III	Hg
27 Juli 21	BAB III (Konsep Desain)	Lanjut ke konsep visual dan alternatif layout	Hg
30 Juli 21	Konsep Visual & Alternatif Layout		Hg
1 Ags 21	Draf + Konprehensif Layout	Lanjut ke aplikasi kemasan	Hg
3 Ags 21	Aplikasi Kemasan	Lanjut BAB V	Hg
4 Ags 21	Kesimpulan dan Saran	Lanjut Daftar Pustaka	Hg
5 Ags 21	Daftar Pustaka + Daftar Isi		Hg
6 Ags 21	Cek Keseluruhan		

Ace
Siap diujikan

Ketua Jurusan :

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing

(Dra. Helga Korda, M.Sn)

