

PERANCANGAN DESIGN PACKAGING AYAM GEPUK PAK GEMBUS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KOTA BANDUNG

Tsaqifa Atikah¹, Ganjar Gumilar², dan Idhar Resmadi³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

tsaqifaatikah@student.telkomuniversity.ac.id, ganjargumilar@telkomuniversity.ac.id,
idharresmadi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Salah satu perangkat daerah Pemerintah Kota Bandung adalah UMKM Kota Bandung, yang memiliki peran fungsional untuk menangani kegiatan pembinaan di sektor koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah. Kabupaten Bandung menawarkan peluang terbaik untuk mendukung perluasan ekonomi kreatif daerah. Mengikuti tren zaman, industri fesyen Kabupaten Bandung berkembang pesat. Namun, beberapa UMKM di Bandung belum memperhatikan desain kemasan yang masih menggunakan "styrofoam", kurangnya kreasi, tidak ramah lingkungan dan kurang menarik bagi konsumen. Hal ini membuat produk UMKM tidak berkembang dan sulit untuk bersaing dengan produk yang sama; Selain itu, sulitnya menemukan kemasan ayam bumbu pedas yang secara fungsional maksimal, ramah lingkungan dan berkualitas baik. Bagi UMKM khususnya, aspek desain pada kemasan berperan penting dalam branding dan penjualan. Implementasi ide *branding* melalui kemasan akan menjadi tantangan tanpa kualitas dan desain ahli. Fitur desain membantu menghasilkan kesan yang berbeda bagi calon pelanggan barang, yang pada akhirnya akan menghasilkan pembelian. Namun kurangnya pengetahuan menyebabkan para pelaku UMKM ini mengabaikan kemasan barangnya. Dengan demikian, desain ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan Desain Kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus yang efisien, ramah lingkungan, dan menarik perhatian pelanggan untuk meningkatkan penjualan. Memasukkan komponen pengetahuan batik lokal ke dalamnya dengan daya tarik, khas, dan fungsional yang dibangun untuk dimanfaatkan paling baik untuk makanan berbumbu.

Kata kunci: *branding*, desain kemasan, UMKM.

Abstract : One of the regional apparatuses of the Bandung City Government is the Bandung City UMKM, which has a functional role to handle coaching activities in the cooperative sector, micro, small and medium enterprises. Bandung Regency offers the best opportunity to support the expansion of the regional creative economy. Following the trend of the times, the Bandung Regency fashion industry is growing rapidly. However, some UMKM in Bandung have not paid attention to the packaging design that still uses "styrofoam", lacks creativity, is not environmentally friendly and is less attractive to consumers. This makes UMKM products not develop and it is difficult to compete with the same products; In addition, it is difficult to find spicy chicken packaging that is functionally maximal, environmentally friendly and of good quality. For UMKM in particular, the design aspect of the packaging plays an important role in

branding and sales. Implementing branding ideas through packaging will be a challenge without quality and expert design. Design features help produce a different impression for prospective customers of goods, which will ultimately result in purchases. However, the lack of knowledge causes these UMKM actors to ignore the packaging of their goods. Thus, this design was carried out with the aim of creating an efficient, environmentally friendly, and attractive Pak Gembus Chicken Gepuk Packaging Design to increase sales. Incorporating local batik knowledge components into it with attractiveness, distinctiveness, and functionality built to be best utilized for spiced foods.

Keywords: *branding, packaging design, UMKM.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor krusial yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi suatu bangsa secara keseluruhan. Di antara 16 subsektor UMKM, sektor fashion memegang posisi yang menonjol di Indonesia (Nurendah et al., 2021). Menurut Berekraf Indonesia (2021), sektor fashion menyumbang proporsi ekspor ekonomi kreatif tertinggi pada tahun 2019, mencapai 63%. Menurut data yang diberikan Badan Pusat Statistik, sektor fesyen di Indonesia mencatatkan nilai ekspor sebesar Rp 43,38 triliun antara Januari hingga Mei 2022. Jawa Barat adalah wilayah terkemuka untuk mengekspor produk fashion. Industri fesyen di Jawa Barat menyumbang porsi yang signifikan dari ekonomi kreatif, berkontribusi sebesar 26,4% (Gekraf Jawa Barat, 2022). Menurut Sekretaris Daerah Jawa Barat, sektor kreatif di Jawa Barat mengalami pertumbuhan yang luar biasa di tiga wilayah tertentu, termasuk Kabupaten Bandung. Menurut Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM Kabupaten Bandung, jumlah UMKM fesyen di Kabupaten Bandung diproyeksikan mencapai 2.182 pelaku usaha pada tahun 2022. Kabupaten Bandung memiliki potensi maksimal untuk memfasilitasi perluasan ekonomi kreatif di daerah tersebut. Industri fesyen di Kabupaten Bandung mengalami pertumbuhan yang luar biasa sejalan dengan tren saat ini.

Seiring berjalannya waktu. Pengemasan mengacu pada proses memasukkan produk atau barang dalam wadah atau pembungkus pelindung untuk memastikan keamanan, pengawetan, dan penyajiannya. Menurut Kotler (2005:230), pengemasan

mengacu pada proses melampirkan atau membungkus benda atau produk dalam wadah yang sesuai. Menurut Swatha (2005:139), pengemasan mengacu pada keseluruhan proses dan strategi persiapan barang, yang mencakup memutuskan desain dan produksi bungkus atau wadah untuk suatu barang.

Kedai Ayam Gepuk Pak Gembus merupakan tempat makan yang mengkhususkan diri dalam menyajikan hidangan ayam goreng unik yang dikenal sebagai "gepuk". Hidangan ini terdiri dari ayam yang digoreng tanpa tepung lalu dilapisi dengan saus cabai pedas. Perpaduan ayam gurih dan saus cabai yang beraroma menciptakan rasa yang adiktif dan tak tertahankan. Istilah "gepuk" mengacu pada proses menggoreng ayam hingga kering lalu melapisinya dengan saus pedas, menghasilkan hidangan yang khas dan lezat. Meskipun pilihan rasa yang ditawarkan oleh Ayam Gepuk Pak Gembus terbatas, orang-orang tetap menyukai rasa dan keterjangkauan Ayam Gepuk khusus ini.

Ridho Nurul Adityawan adalah orang yang menjadi pelopor atas kejayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merek Ayam Gepuk Pak Gembus yang telah berkembang di seluruh Indonesia hingga saat ini. Terdapat total 600 outlet yang telah tersebar di seluruh Indonesia dan 50 outlet di Malaysia. Namun sayangnya Ridho Nurul Adityawan pemilik cabang pusat belum terlalu memperhatikan desain dari kemasan yang mereka miliki. Ridho terlalu fokus untuk memiliki cabang dimana-mana tanpa kurang memperhatikan desain dan fungsi dari kemasan. Kemasan dari Ayam Gepuk Pak Gembus bahkan masi tidak ramah lingkungan dan secara fungsi masih belum maksimal, tidak sedikit juga dari konsumen yang mengeluh kepada kemasan yang pak gembus miliki karna bumbu dari makanan sering bertumpahan dalam kemasan sehingga tumpah saat diperjalanan. Banyak juga konsumen yang berpendapat bahwa logo dari Ayam Gepuk Pak Gembus masi kurang menarik dan terlihat biasa saja tidak memiliki ciri khas dari brand mereka sendiri.

METODE DAN TEORI

Penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Sugiono (2017: 9) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang mengikuti filosofi postpositivisme atau enterpivity. Ini digunakan untuk mempelajari kondisi benda alam, dengan peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data melibatkan triangulasi, yang menggabungkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh sebagian besar bersifat kualitatif. Analisis data ini dilakukan secara induktif dan kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami makna, keunikan, membangun fenomena, dan menghasilkan hipotesis. Manfaat utama dari pendekatan ini terletak pada kapasitasnya untuk menyelidiki kejadian yang rumit dan kontekstual, sehingga menawarkan wawasan mendalam tentang aspek-aspek tertentu dari subjek yang diperiksa. Strategi ini segera mengumpulkan dan menganalisis data dari lapangan, dengan fokus pada topik tertentu yang sedang diselidiki. Penulis mengevaluasi data yang dikumpulkan dari pengamatan di tempat, wawancara dengan sumber terkait, dan analisis dokumen.

Observasi

Dalam perancangan ini, penulis mengumpulkan data lapangan dengan menggunakan metode observasi langsung. Dengan mengunjungi beberapa cabang Ayam gepuk Pak Gembus secara langsung.

Wawancara

Studi ini menggunakan beberapa metode seperti wawancara langsung, karena membutuhkan informasi dalam bentuk kata-kata yang disampaikan oleh pemerintah dan narasumber secara langsung. Untuk menjelaskan objek secara akurat dan mewakili kebutuhan informasi dalam perancangan. Wawancara akan dilakukan dengan beberapa karyawan di beberapa cabang Ayam gepuk Pak Gembus.

Studi Pustaka

Salah satu metode yang dipakai dalam mengumpulkan data untuk perancangan ini berupa melalui studi Pustaka, penulis akan melakukan analisis Pustaka dengan jurnal ilmiah, buku dan informasi online maupun bertanya secara langsung

kepada karyawan untuk mengetahui informasi mengenai Packaging Ayam gepuk Pak Gembus, serta mengetahui data-data penting terkait Packaging yang sedang digunakan Ayam gepuk Pak Gembus.

Analisis Data

Perancangan desain kemasan ini dibutuhkan metode analisis sebagai upaya mencari kesimpulan dan solusi terbaik untuk memperbaiki kekurangan pada kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus. Metode analisis yang akan digunakan diantaranya :

Analisis SWOT

SWOT yang merupakan singkatan dari Strength, Weakness, Opportunity, and Threat adalah suatu upaya mencari solusi pada permasalahan dengan mengkategorikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada Ayam Gepuk Pak Gembus. Dari hasil analisis SWOT ini akan diambil satu kesimpulan yang dapat menjadi solusi terdekat untuk perancangan desain kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus.

Analisis Matrik Produk Sejenis

Analisis matrik produk sejenis adalah teknik untuk menganalisis data beberapa objek penelitian rembanding sejenis dengan menguraikan elemen-elemen dari beberapa karya terkait seperti kelebihan serta kekurangannya sehingga dapat diambil poin-poin perbandingan dan kesamaan keseluruhan objek rembanding (Seewardikeen Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, 2021) yang berguna untuk proses Perancangan Desain kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus.

Analisis Visual

Metode ini akan menguraikan segala detail visual pada objek penelitian agar dapat menjadi bahan masukan dan perbaikan untuk perancangan desain kemasan.

HASIL DAN DISKUSI

Pada Penelitian ini Penulis melakukan Observasi, bahwa masih banyak para pelaku UMKM yang kurang memperhatikan desain kemasan produknya. Dan para pelaku

umkm yang sudah memakai desain di kemasan produknya kurang efektif atau kurang tepat sasaran, tidak sesuai dengan target pasar mereka, karena keterbatasan pengetahuan dan biaya.

Untuk membuat sebuah Kemasan Produk yang efektif, maka harus bisa menghasilkan sebuah visual yang menarik sesuai target pasar seperti menggunakan warna yang cerah dan desain label yang lebih besar agar menjadi atensi calon konsumen untuk membeli produknya. Dengan pemilihan warna yang tepat sehingga dapat membuat mood konsumen bagus dan membelinya, penggunaan ilustrasi yang mendukung ciri khas produk, Menggunakan Teknik fotografi yang baik jika ingin menampilkan produk di kemasan.

Dari hasil kuesioner, Menurut kebanyakan responden, banyak pelaku umkm yang kurang memerhatikan kemasan produknya dan masi banyak desain kemasan produk umkm tidak sesuai target pasar dikarenakan kurangnya edukasi dan eksekusi di bidang desain khususnya di kemasan produk. serta visual yang mampu menarik perhatian khalayak.

Berdasarkan analisis data pada tugas akhir ini, UMKM memerlukan kemasan yang unik dan ciri khas dari produk itu sendiri. Di perancangan ini kemasan akan menonjolkan karakter produk dengan ilustrasi cabe dan gepuk dimana cabe menggambarkan cita rasa pedas yang Ayam Gepuk Pak Gembus miliki dan Ilustrasi Gepuk yang berarti ayam yang dipukul-pukul sebagai alat untuk menggepuk ayam. Font “ Ayam Pak Gembus “ yang tebal jelas berwarna orange pekat agar menarik perhatian konsumen dan lebih menonjolkan kalimat “ Pak Gembus “ yang merupakan panggilan saat Rido Nurul Adityawan, bos di balik suksesnya Ayam Gepuk Pak Gembus kecil. Ilustrasi lauk pauk yaitu ayam setelah di goreng dan di bumbu bumbu kacang, beserta Sate kulit, tahu dan timun dimana biasanya selalu tersedia di paket lengkap menu Ayam Gepuk Pak Gembus. Berharap dengan kemasan ini UMKM Ayam Pak Gembus memiliki fungsi yang lebih maksimal, ramah lingkungan, dan lebih menarik para konsumen.

Selanjutnya, untuk memberikan konsumen tentang keunikan dari Ayam Gepuk Pak

Gembus akan disampaikan melalui tagline "Tentukan Sendiri Pedasmu". Salah satu yg spesial dari Ayam Gepuk Pak Gembus Tagline tersebut memiliki makna, kamu bebas memilih jumlah cabe yg kamu inginkan sesuai kemampuan lidah kamu.

Tabel 1 Analisis SWOT

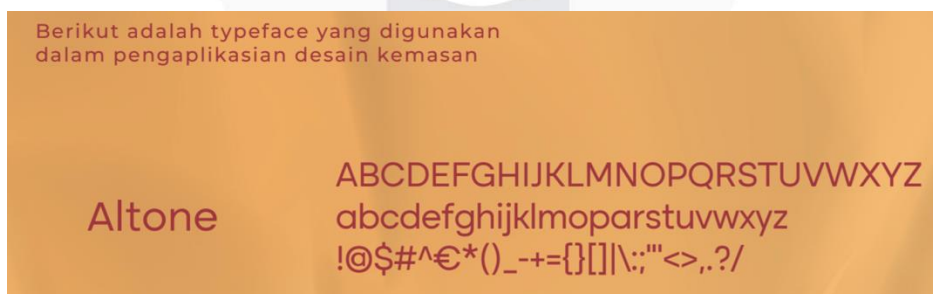
Eksternal	Opportunity	Threat
Internal	1. Konsumen lebih tertarik pada kemasan yang visualnya atau desain yang menarik perhatian. 2. Konsumen cenderung kurang tertarik pada kemasan yang biasa biasa saja dari segi tampilan luarnya (kemasan)	1. Belum banyak pelaku umkm yang memerhatikan Desain kemasan produknya. 2. Untuk produksi skala besar para pelaku umkm belum bisa mebiayai biaya cetanya.
Strength	S - O	S - T
1. Desain kemasan yang menarik untuk target pasar menengah bawah yaitu dengan gaya desain simple dan menengah atas menggunakan gaya elegan. 2. Ilustrasi dan fotografi bisa mempresentasikan	Konsumen lebih tertarik pada kemasan yang menampilkan visual yang menarik menampilkan ciri khas produk, warna yang dapat menggugah selera untuk produk makanan, ilustrasi yang mendukung dan	Desain kemasan yang menarik dengan perpaduan warna dan ilustrasi yang mendukung dapat mendongkrak penjualan produk diakarenakan masih belum banyak pelaku usaha umkm yang kurang memerhatikan desain kemasan produknya.

produk yang ada dalam kemasan tanpa harus melihatnya langsung.	tipografi yang tidak membuat sulit Ketika dibaca.	
Weakness	W - O	W - T
1. Tidak semua konsumen mempertimbangkan kemasan suatu produk dalam membeli suatu produk.	Pembuatan desain pada kemasan dengan sekala produksi yang banyak kurang efektif bagi umkm yang baru memulai usahanya dikarenakan akan kurangnya biaya cetak desainnya.	Masih banyak produk yang tidak memakai desain yang layak di kemasannya tetapi terjual banyak, ini membuat ragu para pelaku umkm yang mau memakai desain yang baik di produknya.

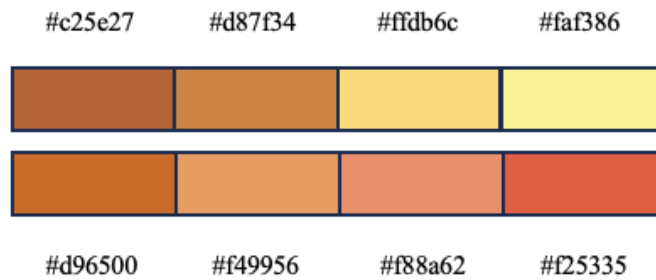
Sumber: Tsaqifa Atikah, 2024

tipografi Altone,berikut merupakan *typeface* yang digunakan :

Jenis tipografi yang digunakan pada rangkaian promosi yang akan dibuat adalah jenis font Altone. Jenis font ini memiliki desain yang simpel dan modern, sehingga cocok untuk proyek yang membutuhkan kesan minimalis.



Warna yang digunakan cenderung tone kuning hingga coklat dan warna merah, kuning dan merah di pakai untuk tidak meninggalkan desain lama dari Ayam Pak gembus hanya di ganti beberapa tone turunan agar logo dan ilustrasi pada kemasan terlihat lebih menarik, dan tetap menarik konsumen.



Gambar 1 Warna Untuk Perancangan
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

HASIL PERANCANGAN

Logo

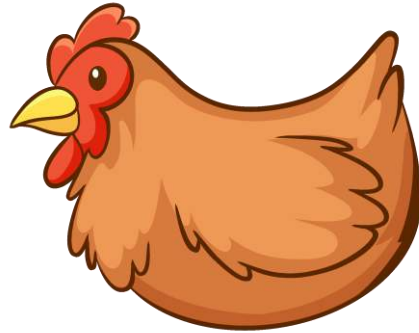


Gambar 2 Logo Ayam Gepuk Pak Gembus
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Logo Ayam Gepuk Pak Gembus merupakan menu utama dari makanan tersebut yaitu karakter produk dengan ilustrasi cabe dan gepuk dimana cabe menggambarkan cita rasa pedas yang Ayam Cepuk Pak Gembus miliki dan Ilustrasi Gepuk yang berarti ayam yang dipukul-pukul sebagai alat untuk menggepuk ayam.

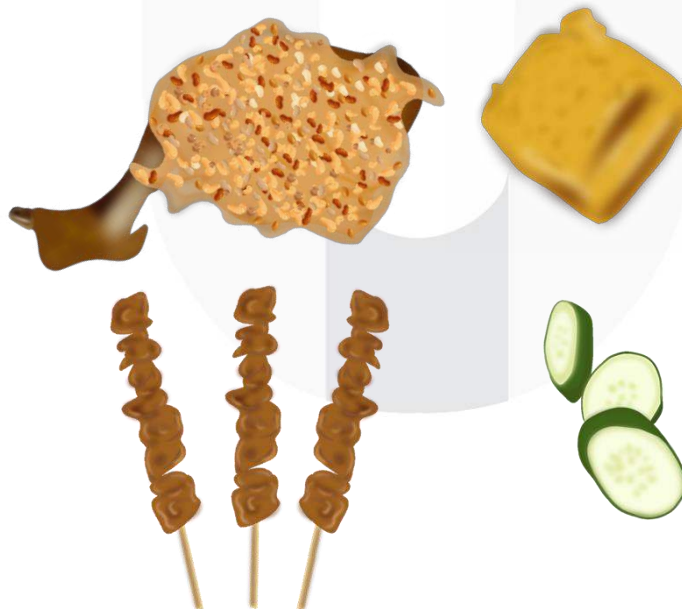
Tulisan tebal berwarna oranye pada logo "Ayam Pak Gembus" sengaja dirancang untuk menarik perhatian konsumen dan menonjolkan kalimat "Pak Gembus" yang merupakan nama panggilan saat kecil untuk Rido Nurul Adityawan, pendiri sukses "Ayam Gepuk Pak Gembus kecil"

Ilustrasi



Gambar 3 Ilustrasi Ayam
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Dengan konsep Ayam Gepuk Pak Gembus yaitu Ayam yang di goreng dan tidak lengkap dengan bumbu khas Ayam Gepuk Pak Gembus yaitu bumbu kacang yang di campur dengan cabe sesuai keinginan konsumen, serta timun, sate kulit goreng, dan tahu. Asset satuan juga akan digunakan sebagai objek hias logo dan kemasan.



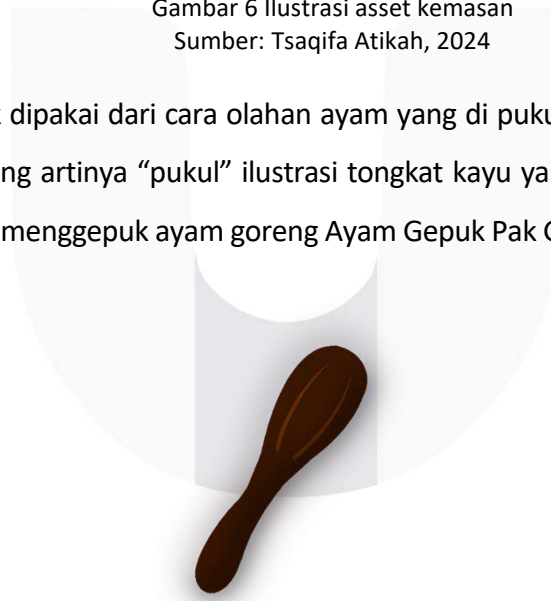
Gambar 4 Ilustrasi Paket Ayam Gepuk Pak Gembus
Sumber: Tsaqifa Atikah, 2024

Ilustrasi cocolan saos kacang, cabe, api, dan guyuran bumbu kacang agar desain kemasan dan logo lebih menarik. Agar pesan dari cita rasa Ayam Gepuk Pak Gembus dapat tersampaikan dengan maksimal oleh konsumen melewati desain kemasan dimana konsumen sudah dapat merasakan gurih, asin, manis, dan pedas namun sangat nagih.



Gambar 6 Ilustrasi asset kemasan
Sumber: Tsaqifa Atikah, 2024

Ilustrasi Gepuk dipakai dari cara olahan ayam yang di pukul pukul dimana “gepuk” dalam Bahasa jawa yang artinya “pukul” ilustrasi tongkat kayu yang menggambarkan alat yang digunakan untuk menggepuk ayam goreng Ayam Gepuk Pak Gembus



Gambar 4.7 Ilustrasi Gepuk
Sumber: Tsaqifa Atikah, 2024

Media Utama



Gambar 8 Perancangan Media Utama
Sumber: Tsaqifa Atikah, 2024

Kemasan Take away dan Alternatif label berbahan artpaper tebal yang bagian dalam berbahan laminating agar makanan tidak tumpah saat berada di dalam berbahan glossy sedangkan bagian luar berbahan dove, kemasan take away berukuran 22cm x 10cm dan memiliki tinggi 17 cm dimana untuk kemasan take away digunakan saat konsumen membeli paket ayam yang komplit dan menu yang lebih dari 1 macam, sedangkan untuk alternatif label kemasan lebih kecil berukuran 12,5 cm x 13,5 cm yang digunakan untuk konsumen

yang tidak terlalu banyak memesan macam jenis menu Ayam Gepuk Pak Gembus.



Gambar 9 Perancangan Media Utama

Sumber : Penulis, 2024

Desain kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus ini dirancang agar lebih mudah untuk dirakit oleh karyawan saat mengemas makanan dan memiliki nilai fungsionalitas bagi konsumen saat menikmati makanan. Penulis merancang desain kemasan Ayam Gepuk Pak Gembus ini tanpa menggunakan lem atau perekat tambahan. Kemasan makanan ini cukup dilipat dan hanya memiliki satu pengunci yang dapat dipastikan kemasannya tertutup dengan rapat.

Media Pendukung

Poster



Gambar 10 Poster
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Spanduk



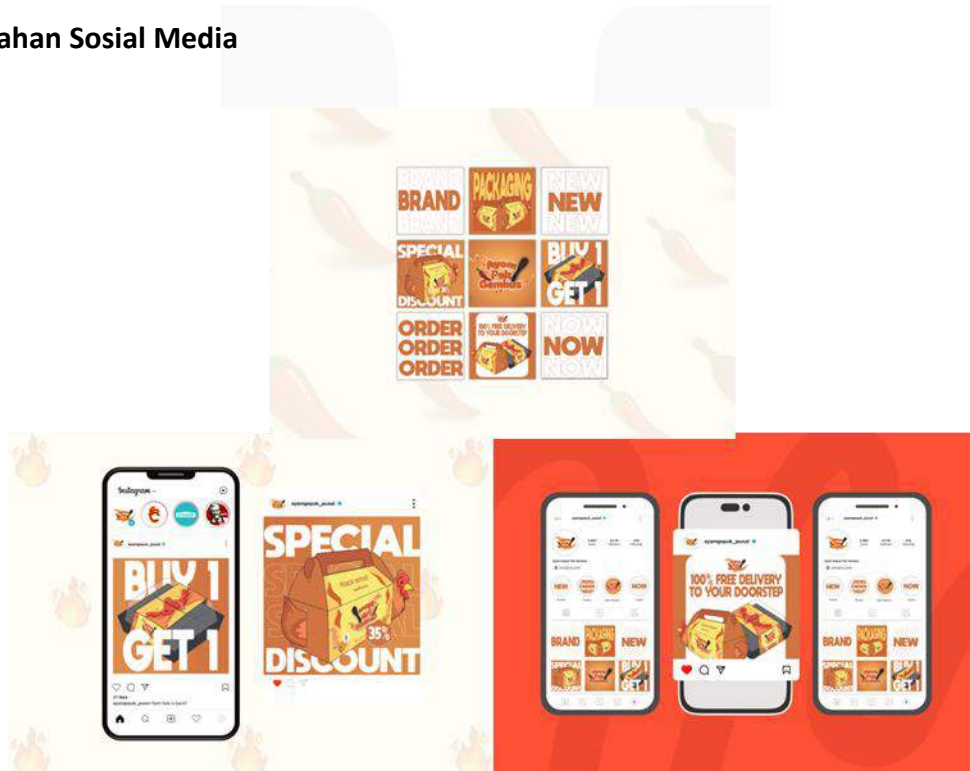
Gambar 11 Spanduk
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

X-Banner



Gambar 12 X-Banner
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Unggahan Sosial Media



Gambar 13 Instagram
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

T-Shirt



Gambar 14 T-Shirt
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

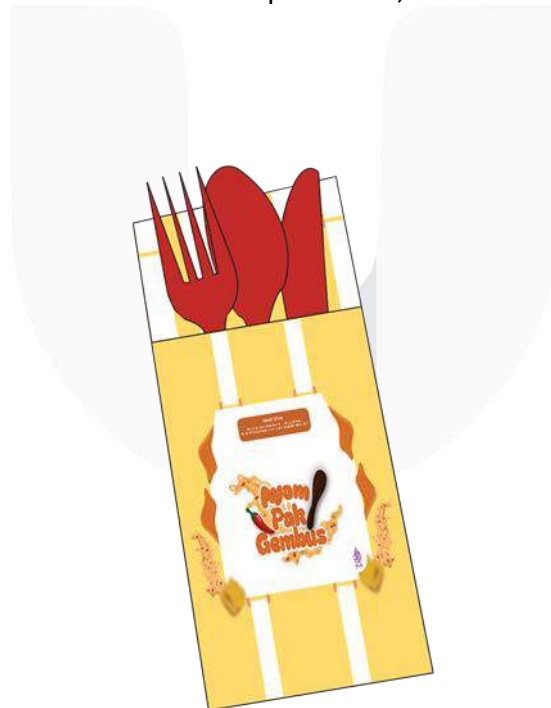
Gelas





Gambar 16 Gelas
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Bungkus Sendok



Gambar 17 Bungkus Sendok
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

ToteBag



Gambar 18 ToteBag
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Piring



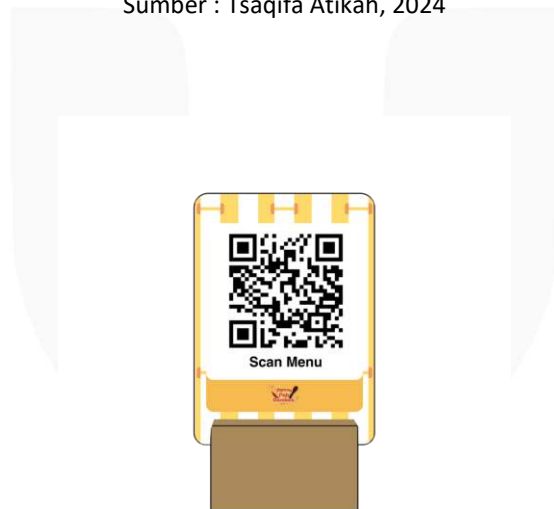
Gambar 19 Piring
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Menu



Gambar 19 Menu
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Scan Menu



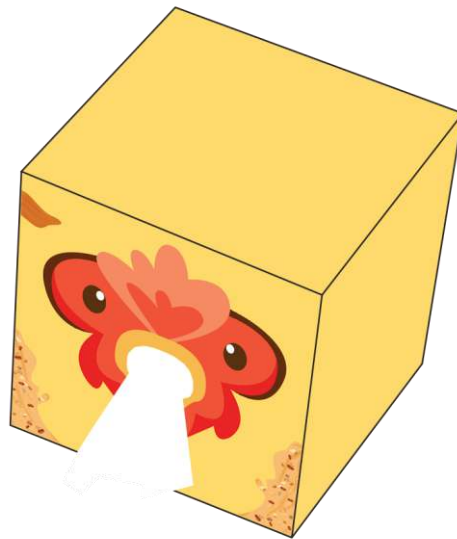
Gambar 20 Scan Menu
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Botol Saos



Gambar 21 Botol Saos
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Kotak tisu



Gambar 22 Kotak Tisu
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

Kertas Nasi



Gambar 23 Kertas Nasi
Sumber : Tsaqifa Atikah, 2024

KESIMPULAN

Dengan perpaduan warna yang tepat pada kemasan produk akan mendorong penjualan. Umkm Ayam Gepuk Pak Gembus yang harus dibuatkan desain kemasan yang efektif karena kurangnya pengetahuan di bidang desain khususnya pada desain kemasan karena itu salah satu faktor penting dalam membantu penjualan produknya.

Elemen penting seperti ilustrasi, warna, fotografi dan tipografi menjadi faktor penting dalam desain kemasan produk agar sesuai dengan apa yang ingin disampaikan perjual kepada konsumen dan juga untuk mendorong penjualan produk umkm tersebut.

Untuk menciptakan kemasan yang praktis maka ada 2 pilihan kemasan yang akan dibuat yaitu versi take away dan versi dine-in agar semua kalangan ingin membeli dan tertarik terhadap produknya sehingga menciptakan terobosan baru di kalangan produk umkm lainnya.

Penelitian dan perancangan ini dilakukan dalam rangka membantu penjualan umkm Ayam Gepuk Pak Gembus melalui media kemasan yang sesuai dengan target audiens yang dibutuhkan dan diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- glints. (t.thn.). *crisbar*. Diambil kembali dari glints.com: <https://glints.com/id/companies/crisbar/5b58f58a-a600-4b56-a882-a7b7d53f5b1b>
- semuabis. (t.thn.). *PT. Gelora Muda Berjaya*. Diambil kembali dari semuabis.com: https://www.semuaabis.com/pt-gelora-muda-berjaya-021-31113814#google_vignette
- ADY JULIANSYAH. (2023). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN YANG EFEKTIF UNTUK PRODUK UMKM KERIPIK PISANG MANONJAYA DI TASIKMALYA. *Bab 1*.
- ADY JULIANSYAH. (2023). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN YANG EFEKTIF UNTUK PRODUK UMKM KERIPIK PISANG MANONJAYA DI TASIKMALYA. *Bab 2*.
- JULIANSYAH, A. (2023). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN YANG EFEKTIF UNTUK PRODUK UMKM KERIPIK PISANG MANONJAYA DI TASIKMALYA. *Bab 3*.
- ALMIRA, T. (2023). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SUSU KAMBING GOATLAK. *bab 3*.
- KFC. (t.thn.). *Menu*. Diambil kembali dari order.kfcku.com: <https://order.kfcku.com>
- Ayam Gepuk Pak Gembus. (t.thn.). *Promo*. Diambil kembali dari ayamgepukpakgembus.co.id: <https://www.ayamgepukpakgembus.co.id>
- Crisbar. (2023). *promo terkini*. Diambil kembali dari crispybakar.biz: <https://www.crispybakar.biz>
- Lia Anggraini & Kirana Nathalia. (2023). *Desain Komunikasi Visual : Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ayam Gepuk Pak Gembus. (t.thn.). *Sejarah Ayam Gepuk Pak Gembus*. Diambil kembali dari old.ayamgepukpakgembus.co.id: <https://old.ayamgepukpakgembus.co.id/index.php/tentang-kami>
- binus univeristy. (t.thn.). *engertian Desain Komunikasi Visual, Unsur, Ruang Lingkup, dan Fungsinya*. Diambil kembali dari binus.ac.id: <https://binus.ac.id/malang/2023/06/pengertian-desain-komunikasi-visual-unsur-ruang-lingkup-dan-fungsinya/>
- Ulfah Intan Fauzi. (2021). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan

Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Branding*.
repo.palcomtech.ac.id. (t.thn.). Tujuan Pustaka. *Desain Grafis*.
repo.palcomtech. (t.thn.). Desain Grafis. *Bab II*.
ubereats. (t.thn.). *KFC*. Diambil kembali dari ubereats.com: <https://www.ubereats.com>
horego. (t.thn.). *crisbar*. Diambil kembali dari horego.com : <https://www.horego.com>
medium. (t.thn.). *medium.com*. Diambil kembali dari jatinangor house:
<https://medium.com>
medium. (t.thn.). *jatinangor house*. Diambil kembali dari medium.com:
<https://medium.com>
Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Kanius.
repo.darmajaya. (t.thn.). Ayam Goreng. *Bab II*.
digilib.unila. (t.thn.). PENDAHULUAN. *Latar Belakang Masalah*.

