

ABSTRAK

Kemasan memiliki peran penting dalam mendukung kualitas produk karena tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai sarana penyampaian informasi dan identitas suatu merek. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang kemasan produk pempek agar memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan mampu mencerminkan karakter usaha. Permasalahan yang ditemukan menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan sebelumnya masih sederhana, belum menampilkan identitas usaha secara optimal, serta belum memuat informasi produk yang lengkap. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model pengembangan ADDIE yang meliputi tahap analisis, perancangan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Hasil penelitian menghasilkan desain kemasan primer berupa *standing pouch* serta kemasan sekunder berupa kotak pengiriman yang dikembangkan dengan mempertimbangkan aspek warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak. Redesain kemasan yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan informasi produk yang lebih jelas, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan nilai visual kemasan sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Kata Kunci: Kemasan Produk, Redesain Kemasan, Identitas Merek, Desain Visual, Informasi Produk.

ABSTRACT

Packaging plays a crucial role in supporting product quality because it serves not only as protection but also as a means of conveying information and a brand's identity. This study aims to redesign the packaging of pempek products to make it more attractive, informative, and reflective of the business's character. The issues identified indicate that the previously used packaging was still simple, did not optimally showcase the business's identity, and did not include complete product information. This study employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE development model, which includes the stages of analysis, design, development, implementation, and evaluation. The results of the study produced a primary packaging design in the form of a standing pouch and a secondary packaging design in the form of a shipping box, both developed with consideration of color, typography, illustrations, and layout. The resulting packaging redesign is expected to provide clearer product information, strengthen brand identity, and enhance the visual appeal of the packaging, making the product more easily recognizable by consumers.

Keywords: *Product Packaging, Packaging Redesign, Brand Identity, Visual Design, Product Information.*