



Perancangan Desain Kemasan Produk *Hand Cream*

Ramadhika Naufal Akbar

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Sri Wulandari

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, 60294

Korespondensi penulis: 21052010097@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *Successful packaging design is not only a determinant of a product's success in the market, especially in the beauty industry such as hand cream. The role of aesthetically pleasing and functional packaging design is crucial in influencing consumer purchasing decisions. Therefore, a marketing strategy focused on packaging design becomes key to enhancing product appeal and sales. The strategic use of mockups in the design phase allows designers to test and evaluate concepts digitally without the need for physical prototypes. The advantage of mockups lies in their ability to provide a realistic preview, expediting the design and development process. The aspects of packaging design are critical in creating a visually compelling and convincing experience for consumers. This research, employing a descriptive approach and qualitative methods, aims to explore the appropriate approach in designing hand cream packaging. The hope is that this research serves as a significant initial step in the development of hand cream packaging design, ensuring the product not only meets aesthetic standards but also competes effectively in a competitive market.*

Keywords: *packaging design, mockup*

Abstrak. Desain kemasan yang berhasil tidak hanya menjadi penentu keberhasilan produk di pasaran, terutama dalam industri kecantikan seperti *hand cream*. Peran desain kemasan yang estetis dan fungsional sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang difokuskan pada perancangan desain kemasan menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk. Penggunaan mockup dalam tahap perancangan menjadi langkah strategis, memungkinkan perancang untuk menguji dan mengevaluasi konsep secara digital tanpa perlu membuat prototipe fisik. Kelebihan mockup terletak pada kemampuannya memberikan gambaran mendekati nyata, mempercepat proses perancangan dan pengembangan. Aspek perancangan desain kemasan menjadi krusial dalam menciptakan pengalaman visual yang menarik dan meyakinkan bagi konsumen. Penelitian ini, dengan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif, bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan yang tepat dalam perancangan desain kemasan *hand cream*. Harapannya, penelitian ini menjadi langkah awal yang signifikan dalam pengembangan desain kemasan produk *hand cream*, memastikan produk tersebut tidak hanya memenuhi standar estetika tetapi juga dapat bersaing secara efektif di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: *desain kemasan, mockup*

LATAR BELAKANG

Dalam ranah industri modern, keberhasilan suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas bahan dan formula yang digunakan, melainkan juga oleh bagaimana produk tersebut dipersembahkan kepada konsumen. Hal-hal yang menarik di antara elemen-elemen yang turut serta dalam memengaruhi persepsi konsumen adalah desain kemasan. Untuk produk kecantikan seperti *hand cream*, desain kemasan menjadi penentu utama dalam menciptakan daya tarik produk dan memengaruhi keputusan pembelian. Pengetahuan yang komprehensif

Received Oktober 30, 2023; Revised November 2, 2023; Accepted Desember 04, 2023

* Ramadhika Naufal Akbar 21052010097@student.upnjatim.ac.id

mengenai atribut yang menjadi pertimbangan dalam proses pemilihan dan pembelian produk menjadi sangat penting bagi perusahaan, membantu mereka untuk mengidentifikasi dan meningkatkan kehadiran merek mereka dalam pasar yang penuh persaingan (Susanti dkk 2023).

Desain kemasan, jauh dari sekadar unsur estetika semata, merupakan strategi pemasaran yang memiliki kemampuan menciptakan identitas produk, membedakannya dari pesaing, dan menarik perhatian pasar target. Oleh karena itu, perancangan desain kemasan menjadi langkah strategis yang tak dapat dianggap sepele. Dalam pengembangan desain kemasan produk *hand cream*, perlu memahami bahwasanya desain yang efektif bukan hanya tentang daya tarik visual, tetapi juga tentang kepraktisan dan fungsionalitasnya. Perancangan kemasan yang optimal mampu menggabungkan dan menyatukan berbagai elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga menghasilkan kemasan yang efektif, efisien, dan berfungsi dengan baik mulai dari tahap produksi hingga penggunaan kemasan (Amelia 2017).

Desain kemasan yang efektif bukan hanya sebatas estetika visual, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek fungsional dan praktis. Sebuah desain kemasan yang efektif harus dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan solusi praktis dalam penggunaan sehari-hari. Misalnya, kepraktisan dalam penggunaan dan penyimpanan produk *hand cream* harus menjadi pertimbangan utama dalam perancangan desain kemasan. Dengan memadukan estetika dan fungsionalitas, desain kemasan dapat menjadi instrumen pemasaran yang lebih holistik. Keberhasilan desain kemasan dapat meningkatkan daya tarik konsumen, memudahkan penggunaan produk, dan pada akhirnya, berdampak positif pada tingkat penjualan. Secara umum, fungsi utama kemasan adalah untuk melindungi produk. Namun, pada zaman ini, kemasan telah menjadi elemen yang signifikan dalam strategi pemasaran produk (Purbasari dan Kristiana 2021).

Mockup menjadi alat yang tidak hanya memfasilitasi visualisasi digital tetapi juga memungkinkan perancang untuk menguji aspek fungsionalitas desain kemasan. Dengan menggunakan *mockup*, perancang dapat mengidentifikasi potensi masalah dalam implementasi desain kemasan secara praktis, sebelum produk diperkenalkan ke pasar. Pendekatan ini meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam proses perancangan, mengurangi kemungkinan perubahan mendadak yang dapat menghambat produksi. *Mockup* digunakan sebagai alat visualisasi digital untuk memfasilitasi tahap perancangan dan pengembangan desain kemasan. Dalam era teknologi ini, *mockup* tidak hanya menjadi representasi visual, tetapi juga dapat memberikan pandangan yang lebih holistik terhadap produk *hand cream* dalam konteks penggunaan nyata. Dengan menggunakan teknologi digital, *mockup* dapat menciptakan pengalaman virtual yang mendekati pengalaman fisik, memungkinkan para perancang untuk

mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah sebelum produk mencapai tahap produksi massal. Dalam proses perancangan dan pengembangan produk, *mockup* merupakan representasi visual dari suatu ide desain (Iskandar dkk 2023).

KAJIAN TEORITIS

1. Kemasan

Desain kemasan menjadi salah satu sarana untuk mengkomunikasikan isi produk secara visual. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, kemasan adalah bungkus pelindung barang dagangan. Kemasan ialah proses yang mencakup perancangan dan pembuatan wadah, bungkus, atau penutup suatu produk. Komponen kemasan melibatkan tiga aspek utama, yaitu merek, fisik kemasan, dan label. Pentingnya kemasan kini tidak hanya sebatas sebagai pelindung produk, tetapi juga memiliki peran penting dalam memikat dan menyenangkan konsumen. Oleh karena itu, kemasan menjadi bagian integral dari strategi pemasaran, terutama dalam strategi produk. Perbaikan pada aspek-aspek seperti penampilan luar, pembungkus, label, warna, logo, dan elemen lainnya dianggap sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen, menciptakan kesan bahwa produk tersebut memiliki mutu atau kualitas yang baik (Utami 2018).

Kemasan itu memiliki 2 fungsi, yaitu Fungsi Protektif, yang berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat dan Fungsi Promosional, bahwa kemasan berperan sebagai sarana promosional, dimana perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan. Pada saat ini, sebaiknya agar tetap eksis didunia usaha maka perusahaan harus mampu memberikan kemasan terbaik dan menarik atas produknya agar dapat memikat hati para konsumennya sehingga mampu memenangkan persaingan yang sangat ketat (Apriyanti 2018).

2. *Mockup*

Mockup adalah representasi visual dari suatu ide desain. Bentuk *mockup* dapat berupa gambaran *mid-fidelity* atau *high-fidelity* yang mencakup pilihan warna desain, tata letak, tipografi, ikonografi, navigasi visual, dan keseluruhan tampilan produk yang sedang dirancang. Melalui preview produk menggunakan desain *mockup* ini, akan menciptakan daya tarik sendiri sebagai alat promosi dan memperkenalkan produk yang dijual kepada calon pembeli (Iskandar dkk 2023).

Keunggulan *Mockup* terletak pada kemudahannya, sederhana, *cost-effective*, dan kemampuannya untuk mengalami revisi dengan mudah. *Mockup* memiliki tujuan untuk menciptakan konsep yang menyerupai barang yang telah ada atau objek nyata dalam tiga dimensi. Kekurangan penggunaan *Mockup* adalah bahwa perangkat yang digunakan harus memiliki spesifikasi yang memadai, karena penggunaan *Mockup* dapat membebani kinerja sistem (Ramos dan Sudarsono 2022).

3. Adobe Photosop

Adobe Photoshop adalah perangkat lunak pengeditan gambar dan desain grafis yang sangat populer dan diakui secara luas (Maharani dkk 2023). Adobe Inc. mengembangkan program desain grafis bernama Photoshop, yang memungkinkan pengguna untuk menjalankan berbagai tugas seperti mengedit gambar, memanipulasi foto, merancang grafis, dan menciptakan efek visual yang sangat populer di kalangan para desainer grafis. Kemudahan penggunaan program ini terletak pada ketersediaan tool dan efek yang dapat menghasilkan desain inovatif dan ekspresif. Photoshop juga dilengkapi dengan komposisi warna yang baik, serta menyediakan tool untuk membuat objek yang unik dan kreatif (Yuliati 2020).

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif melalui tiga tahapan yang berupa:

1. Wawancara

Pada fase ini, penulis melakukan pertemuan dengan direktur Kawakibi Digital Branding untuk membahas proses pembuatan *mockup* yang telah dilakukan sebelumnya di Kawakibi Digital Branding. Dari informasi yang diperoleh dari direktur, penulis memperoleh pemahaman mendalam mengenai metode dan prosedur pembuatan *mockup* yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Kawakibi.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan memeriksa dengan seksama desain kemasan yang telah dirancang dan diproduksi sebelumnya oleh Kawakibi. Dalam proses ini, penulis memperoleh referensi tambahan yang dapat digunakan sebagai dukungan untuk pemahaman mengenai *mockup*, sehingga hasilnya dapat mencapai tingkat ketangguhan dan daya tarik yang mendekati realitas.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan melalui pengumpulan data yang berkaitan dengan *mockup hand cream* yang akan dihasilkan. Selain itu, data yang dikumpulkan juga terfokus pada elemen

praktis visual yang akan diimplementasikan dalam desain *mockup*, dengan penerapan yang tepat sesuai dengan kebutuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

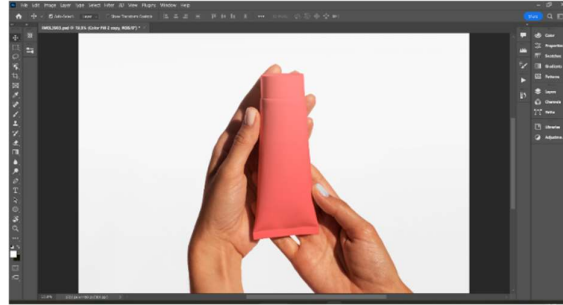
Setelah melaksanakan wawancara, observasi dan studi kepustakaan tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah perancangan desain kemasan *hand cream* dengan menggunakan *mockup* sebagai. Dari pertanyaan yang telah diberikan lewat wawancara, telah ditemukan tahapan sistematis yang dilakukan saat merancang dan membuat desain kemasan. Serangkaian tahapan metodologis yang terstruktur dijalani untuk menyelesaikan proses pembuatan dan perancangan desain kemasan *hand cream*. Tahapan awal melibatkan penelitian mendalam terkait konsep *mockup*, desain *mockup*, dan penentuan area yang akan dijadikan sebagai *smart object*. Proses ini menuntut tingkat observasi yang tinggi untuk memahami elemen-elemen yang menjadi fokus perancangan, memastikan bahwa konsep desain dan *mockup* kemasan yang dihasilkan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Setelah perolehan informasi awal, tahapan berikutnya melibatkan eksekusi, dengan menerapkan konsep-konsep yang telah dikumpulkan menggunakan perangkat lunak desain grafis Adobe Photoshop. Proses eksekusi ini memerlukan keterampilan teknis dan kreativitas untuk mengubah ide-ide konseptual menjadi desain kemasan yang memiliki nilai visual dan estetis yang tinggi.

Langkah selanjutnya adalah proses eksekusi pembuatan desain kemasan *hand cream*, di mana perangkat lunak desain grafis Adobe Photoshop digunakan untuk mencapai tujuan akhir berupa *mockup*. Dalam konteks ini, proses pembuatan *desain kemasan hand cream* memerlukan kehati-hatian dalam menyusun elemen-elemen desain agar dapat menghasilkan *mockup* yang mendekati realitas.

Perancangan Desain Kemasan

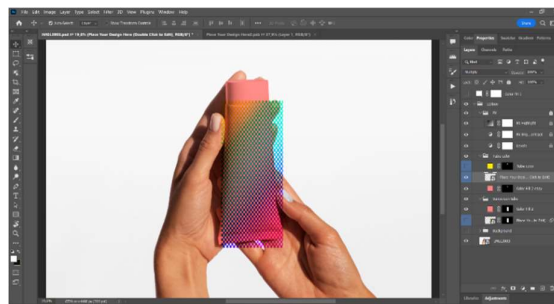
Selama seluruh proses pembuatan dan perancangan desain *hand cream*, penting untuk menjalani tahapan yang sistematis guna memastikan kelancaran dan kualitas hasil akhir. Proses ini tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga mempertimbangkan nilai estetis dan fungsionalitas desain kemasan *hand cream* yang dihasilkan.



Gambar 1. Proses seleksi objek

Dalam gambar 1, kita dapat melihat tahapan awal dari proses pembuatan desain kemasan untuk *hand cream*. Tahap pertama fokus pada pemilihan objek yang akan dijadikan *mockup*. Objek tersebut kemudian diberi warna khusus untuk memperjelas perbedaan antara objek dan latar belakang. Tahap ini sangat krusial, mengingat objektivitas dan ketelitian yang tinggi diperlukan agar hasil *mockup* dapat terpasang dengan sempurna.

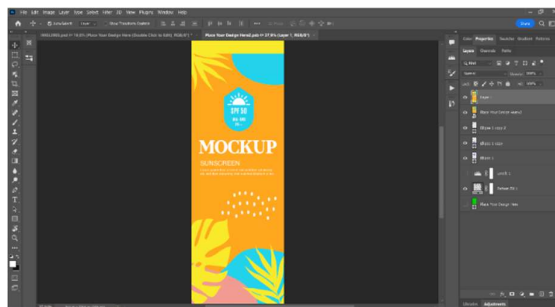
Proses pemilihan melibatkan penyesuaian warna yang detail, memastikan bahwa perbedaan antara objek dan latar belakang tampak jelas dan tajam. Langkah ini menciptakan dasar yang kokoh untuk kelancaran tahapan-tahapan berikutnya dalam pembuatan *mockup*, memastikan bahwa hasil akhir mencerminkan dengan akurat konsep desain yang diinginkan.



Gambar 2. Proses pembuatan smart object

Pada langkah berikutnya, gambar 2, menunjukkan proses pembuatan area *smart object*. Fungsi dari area *smart object* ini sangat penting, karena di sinilah desain *mockup* kemasan akan ditempatkan. Kesalahan dalam menentukan ukuran area *smart object* dapat berdampak besar pada proporsi visual desain yang dihasilkan. Oleh karena itu, pada tahap ini, kecermatan dalam memeriksa ukuran area *smart object* menjadi kunci untuk memastikan bahwa desain *mockup* yang dihasilkan memiliki proporsi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan proyek *mockup* kemasan yang sedang dikerjakan.

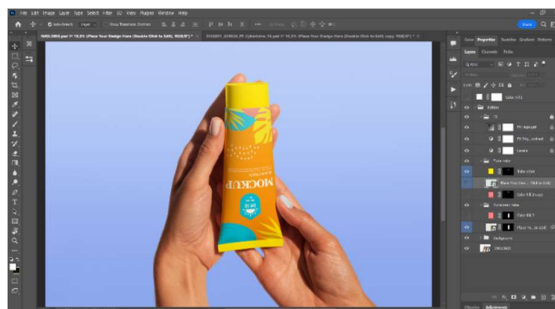
Dengan memperhatikan detail ukuran pada tahap ini, proses pembuatan *mockup* selanjutnya dapat berlangsung dengan lancar. Hal ini memastikan bahwa hasil akhir *mockup* kemasan tidak hanya memenuhi standar kualitas tetapi juga sesuai dengan tujuan dan kebutuhan desain produk yang sedang dikerjakan. Keselarasan ukuran pada area *smart object* menjadi langkah kritis dalam mencapai *mockup* kemasan yang berkualitas dan efektif.



Gambar 3. Proses pembuatan desain untuk tampilan kemasan

Selanjutnya, pada gambar 3, terlihat tahap terakhir dari proses pembuatan *mockup*. Pada tahap ini, dilakukan proses pembuatan latar belakang, di mana penentuan warna latar belakang menjadi aspek penting. Warna latar belakang memiliki peran krusial dalam mendukung objek *mockup* agar terlihat menonjol dan mampu mengarahkan fokus pandangan dengan optimal. Langkah ini melibatkan pemilihan warna yang sesuai dengan konsep desain, memberikan kesan visual yang mendukung estetika produk.

Setelah menentukan warna, langkah berikutnya adalah memberi nama pada layer-layer yang ada. Hal ini dilakukan agar *mockup* dapat dengan mudah digunakan dan diatur oleh pengguna nantinya. Proses penamaan layer-layer ini menjadi langkah akhir yang tidak kalah signifikan, karena akan meningkatkan kemudahan penggunaan dan fleksibilitas *mockup* dalam proyek desain yang sedang berlangsung.



Gambar 4. Proses penentuan warna latar belakang

Selanjutnya, pada gambar 4, terlihat tahap terakhir dari proses pembuatan *mockup*. Pada tahap ini, dilakukan proses pembuatan latar belakang, di mana penentuan warna latar belakang menjadi aspek penting. Warna latar belakang memiliki peran krusial dalam mendukung objek *mockup* agar terlihat menonjol dan mampu mengarahkan fokus pandangan dengan optimal. Langkah ini melibatkan pemilihan warna yang sesuai dengan konsep desain, memberikan kesan visual yang mendukung estetika produk.

Setelah menentukan warna, langkah berikutnya adalah memberi nama pada layer-layer yang ada. Hal ini dilakukan agar *mockup* dapat dengan mudah digunakan dan diatur oleh pengguna nantinya. Proses penamaan layer-layer ini menjadi langkah akhir yang tidak kalah signifikan, karena akan meningkatkan kemudahan penggunaan dan fleksibilitas *mockup* dalam proyek desain yang sedang berlangsung.



Gambar 5. Hasil *mockup*

Gambar 5, memperlihatkan hasil akhir dari perancangan dan pembuatan desain kemasan *hand cream* dalam bentuk *mockup*. Proses perolehan hasil ini melibatkan serangkaian tahapan teknis yang telah dibahas sebelumnya, dimulai dari pemilihan objek hingga pembuatan latar belakang. Hasil desain kemasan *hand cream* tersebut mencapai daya tarik visual yang signifikan, menampilkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya, khususnya yang ditemukan dalam tahapan wawancara.

Kualitas visual yang terpancar dari hasil *mockup* tersebut mencerminkan pemahaman mendalam terhadap elemen-elemen desain, seperti warna, proporsi, dan keselarasan keseluruhan. Proses perancangan dan pembuatan desain kemasan *hand cream* ini bukan hanya mencakup aspek estetika, tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip yang ditemukan melalui tahapan wawancara, menghasilkan *mockup* yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memperhatikan standar dan tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 6. Hasil *mockup*

Gambar 6 di atas memperlihatkan hasil konkret dari perancangan desain dengan menerapkan teknik foto yang berbeda dari sebelumnya. Pada gambar ini, posisi tangan yang menutupi sebagian produk kemasan *hand cream* menjadi elemen penting yang mencirikan pendekatan desain. Penggunaan teknik foto ini mungkin dilakukan untuk memberikan konteks visual lebih lanjut, menonjolkan aspek ergonomis, atau memberikan kesan penggunaan yang nyata.

Pemilihan posisi tangan sebagai elemen dominan dalam komposisi gambar menambah dimensi baru pada desain kemasan, menggambarkan interaksi langsung antara produk dan pengguna potensial. Dengan demikian, hasil perancangan desain pada gambar ini menunjukkan pemikiran strategis dalam menangkap citra produk secara lebih holistik, dengan memperhatikan elemen-elemen desain yang lebih spesifik dan kontekstual.



Gambar 7. Hasil *mockup*

Dalam ilustrasi gambar 7, terlihat dengan jelas bahwa perancangan desain *kemasan hand cream* mengusung pendekatan yang berbeda dengan memanfaatkan foto yang memberikan fokus pada satu tangan yang memegang produk kemasan *hand cream*. Keputusan ini mungkin diambil untuk menciptakan variasi visual yang berbeda dan menawarkan alternatif presentasi produk yang lebih sederhana namun tetap elegan.

Penting untuk dicatat bahwa setiap gambar yang diambil sebagai *mockup* memberikan dimensi tambahan pada keberagaman desain dan visualisasi produk. Dengan memasukkan

lebih banyak variasi dalam *mockup*, perancang dapat menggali potensi berbagai konsep desain kemasan, mengadaptasinya sesuai dengan kebutuhan pasar, serta mengevaluasi respons pengguna terhadap berbagai presentasi visual. Dengan demikian, gambar 3.7 menunjukkan aspek strategis dalam penggunaan *mockup* sebagai alat eksplorasi desain yang memberikan fleksibilitas untuk penyesuaian konsep dan visualisasi produk secara komprehensif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan desain kemasan melalui penggunaan *mockup* sebagai tahap awal dalam pengembangan produk mengemukakan peran yang sangat penting dan krusial dalam domain desain. Dalam diskusi ini, terungkap bahwa *mockup* bukan hanya sekadar representasi visual dari ide desain, tetapi juga menjadi alat esensial untuk menguji, mengevaluasi, dan memvalidasi konsep produk sebelum tahap produksi. Pembahasan telah menyoroti langkah-langkah sistematis dalam proses pembuatan *mockup*, dimulai dari pemilihan objek, pembuatan area *smart object*, hingga penentuan warna latar belakang.

Langkah-langkah tersebut tidak hanya mengarah pada aspek visual semata, melainkan juga mempertimbangkan elemen teknis, seperti proporsi dan detail ukuran. Penggunaan *mockup* tidak hanya memfasilitasi kreativitas dalam desain, tetapi juga memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk memastikan kualitas hasil akhir dan kemudahan penggunaan. *Mockup*, dalam konteks ini, dianggap sebagai instrumen yang memungkinkan perancang menghadirkan produk secara digital tanpa perlu menciptakan versi fisik, sehingga mempercepat dan merancang proses desain.

Dalam perspektif teoritis, perancangan desain kemasan melalui *mockup* juga dianggap sebagai langkah awal yang menggambarkan konsep mid-fidelity atau high-fidelity. Hal ini mencakup pilihan warna desain, layout, tipografi, iconography, dan elemen visual lainnya, yang secara kolektif memberikan daya tarik dan daya jual pada produk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *mockup* bukan hanya instrumen teknis, tetapi juga elemen strategis dalam pengembangan produk yang melibatkan interaksi antara estetika, fungsionalitas, dan respons pasar.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia D (2017) Perancangan Desain Kemasan Peppy's Snack Surabaya. 05:
 Apriyanti ME (2018) Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *sosioekons* 10:20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>

- Iskandar J, Sari YK, Fathurrohlim A (2023) Pelatihan Desain *Mockup* dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1:1417–1424. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.373>
- Maharani D, Nurwati N, Yusda RA (2023) Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Photoshop Bagi Remaja Desa Mekar Tanjung Kabupaten Asahan. *JPSTM* 2:231. <https://doi.org/10.54314/jpstm.v2i2.1110>
- Purbasari H, Kristiana N (2021) PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PALETTE KOSMETIK REFILL SEBAGAI KAMPANYE RAMAH LINGKUNGAN. 3:
- Ramos S, Sudarsono BG (2022) Pelatihan Fitur Mockup Serta Desain Pamflet Dengan Aplikasi Photoshop. 2:
- Susanti DA, Ma'arif S, Nurhayati E (2023) Perancangan Desain Kemasan Gudeg Jogja dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). *JEEMM* 6:64. <https://doi.org/10.30588/jeemm.v6i2.1359>
- Utami E (2018) PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN COKLAT “COKADOL” DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
- Yuliati T (2020) PELATIHAN KOMPUTER GRAFIS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN *SOFTSKILL* BIDANG DESAIN DAN EDITING PADA STT DUMAI. *JPKM* 26:77. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i2.16448>