

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
DAN IDENTITAS VISUAL PADA PRODUK UMKM OLAHAN SAMBAL  
DAPUR JAMPANG DI YOGYAKARTA**

Hafizh Irfanariq Bahtiar

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[hafizhirfan15@gmail.com](mailto:hafizhirfan15@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tren bisnis olahan sambal kemasan di Indonesia membuat persaingan pasar semakin ketat. Salah satu daya tarik konsumen produk yaitu dengan menghadirkan kemasan yang menarik. UMKM Dapur Jampang telah berdiri sejak 15 Juni 2022 tentu membutuhkan desain kemasan untuk melindungi produk dan membangun identitas visualnya. Kemasan pada Dapur Jampang menuai kritikan dari konsumennya. Oleh karena itu perancangan desain kemasan pada produk olahan sambal Dapur Jampang bertujuan agar sesuai dengan keilmuan desain komunikasi visual yang berusaha memenuhi kriteria kemasan yang baik yaitu fungsi melindungi produk, sebagai media promosi dan membangun identitas visual yang sesuai. Dalam perancangan desain kemasan ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif deskriptif yaitu dengan cara wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil perancangan desain kemasan ini mengarah pada keamanan, ergonomis, experience yang berbeda dalam membangun promosinya melalui identitas visual produk yang dibangun yaitu bertema kebudayaan Jepang yang memiliki gaya desain sederhana, otentik dan modern. Dengan perancangan desain kemasan ini diharapkan dapat menjadi daya tarik sesuai dengan UMKM Dapur Jampang sehingga mampu bersaing dengan kompetitor di kelasnya serta menarik target audience sesuai segmentasinya.

*Kata Kunci: Desain Kemasan, Media Promosi, Identitas Visual, Dapur Jampang*

**PACKAGING DESIGN AS A PROMOTIONAL MEDIA AND VISUAL  
IDENTITY FOR UMKM SAUCE PRODUCTS PROCESSED BY DAPUR  
DAPUR JAMPANG IN YOGYAKARTA**

Hafizh Irfanariq Bahtiar

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[hafizhirfan15@gmail.com](mailto:hafizhirfan15@gmail.com)

**ABSTRACT**

The trend in the processed packaged chili sauce business in Indonesia is making market competition increasingly tight. One of the attractions for product consumers is by presenting attractive packaging. UMKM Dapur Jampang has been established since June 15 2022 and certainly requires packaging design to protect the product and build its visual identity. The packaging at Dapur Jampang has received criticism from consumers. Therefore, the design of the packaging design for the processed Dapur Jampang chili products aims to be in accordance with the science of visual communication design which seeks to fulfill the criteria for good packaging, namely the function of protecting the product, as a promotional medium and building an appropriate visual identity. In designing this packaging design, descriptive qualitative data collection methods were used, namely by means of interviews, observations and literature studies. The results of this packaging design aim at security, ergonomics, a different experience in building promotions through the visual identity of the product that is built, namely a Japanese cultural theme that has a simple, authentic and modern design style. By designing this packaging design, it is hoped that it will be attractive to the Dapur Jampang so that they can compete with competitors in their class and attract the target audience according to their segmentation.

*Keywords: Packaging Design, Promotional Media, Visual Identity, Dapur Jampang*