

***REBRANDING* KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH  
PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH**

**SKRIPSI**

**CECEP SYARIPUDIN**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
SUKABUMI  
NOVEMBER 2022**

**REBRANDING KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH  
PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar  
Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
SUKABUMI  
NOVEMBER 2022**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : *REBRANDING* KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH  
PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH  
NAMA : CECEP SYARIPUDIN  
NIM : 20180060011

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, kecuali cuplikan dan ringkasan masing-masing yang telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya dan disertai bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Desain saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 30 November 2022

  
Cecep Syaripudin

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : *REBRANDING* KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH  
PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH  
NAMA : CECEP SYARIPUDIN  
NIM : 20180060011

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui


Sukabumi, November 2022

Ketua Program Studi



Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN. 0431088506

Pembimbing



Raray Istianah, S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0422079203

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : *REBRANDING* KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH  
PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH  
NAMA : CECEP SYARIPUDIN  
NIM : 20180060011

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 10 November 2022. Menurut pandangan kami, skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugrahan gelar Sarjana Desain (S.Ds).

Sukabumi, November 2022

Pembimbing I



Raray Istianah, S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0422079203

Ketua Dewan Penguji

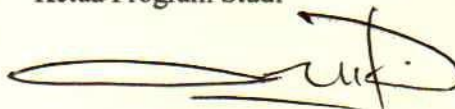


Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN. 0431088506

Wakil Rektor I Bidang Akademik

Anggy Pradiftha Junfithrana, S.Pd., MT  
NIDN. 0431088506

Ketua Program Studi



Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN. 0431088506



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cecep Syaripudin  
NIM : 20180060011  
Jurusan : Desain Komunikasi Visual  
Jenis Karya : Desain Grafis – *Rebranding* Kemasan Telur Puyuh Madis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti** (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **“REBRANDING KEMASAN PRODUK TELUR PUYUH PONDOK PESANTREN MADINATUL ISTIQOMAH”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** ini, Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi  
Pada tanggal : November 2022

Yang menyatakan,

  
  
Cecep Syaripudin

## ***ABSTRACT***

This final project is very helpful in the development of MSMEs for Madis Quail Eggs which is a quail egg breeder business in the Nagrak area, Sukabumi. This design aims to maximize packaging materials Madis Quail Egg products in order to maintain optimal product quality and produce practicality to consumers, then provide clarity of information, complete and the presentation of the right visual design as an identity strength that can build an image in order to increase the competitiveness of quail egg products in market competition. This final project was compiled using the mix method research method and the packaging design design method according to Sri Julianti. The media in this design are product packaging (primary and secondary), brochure, paper bag and t-shirt. Therefore, the rebranding of the Madis Quail Egg product packaging owned by the Madinatul Istiqomah Islamic Boarding School is the most effective movement in order to build an initial image and expand the business to a wider realm.

*Keywords: Rebranding, Packaging, Quail Eggs, MSME*



## ABSTRAK

Tugas akhir ini sangat membantu dalam perkembangan UMKM Telur Puyuh Madis yang merupakan sebuah usaha peternak telur burung puyuh di kawasan Nagrak, Sukabumi. Perancangan ini bertujuan untuk memaksimalkan bahan kemasan produk Telur Puyuh Madis guna menjaga kualitas produk secara optimal dan menghasilkan kepraktisan kepada konsumen, lalu memberikan kejelasan informasi, lengkap dan penyajian desain visual yang tepat sebagai kekuatan identitas yang dapat membangun sebuah citra demi meningkatkan daya saing produk telur puyuh di persaingan pasar. Tugas akhir ini disusun menggunakan metode penelitian *mix method* serta metode perancangan desain kemasan menurut Sri Julianti. Media dalam perancangan ini ialah kemasan produk (primer dan sekunder), brosur mini, *papper bag* dan kaos. Maka dari itu, *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Madis yang dimiliki Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah adalah gerakan paling efektif dalam rangka membangun sebuah citra awal dan mengembangkan usaha ke ranah yang lebih luas.

Kata kunci: *Rebranding*, Kemasan, Telur Puyuh, UMKM





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan dan perancangan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S-1 dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Putra. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah tidak mudah. oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada Yth :

1. Teristimewa kepada keluarga penulis, Ibu yang sudah memberikan dukungan perhatian, dan bantuan kepada penulis baik secara moral maupun material dalam mengerjakan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Kurniawan, ST.,M.Si, MM selaku Rektor Universitas Nusa Putra.
3. Bapak Anggy Pradifta Junfithrana, S.Pd., MT selaku Bidang Akademik.
4. Bapak Agus Darmawan, M.Sn selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual yang telah mendidik dan memberi arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Raray Istianah, S.Pd, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Ibu Elida Christine Sari, S.Ds., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
7. Bapak Agus Darmawan, M.Sn., M.Sn selaku ketua penguji dalam kegiatan sidang skripsi.
8. Para Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Nusa Putra yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama kuliah.
9. Teman-teman yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dan wawasan. Penulis memohon maaf sebesar besarnya apabila dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan.

Sukabumi, November 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN PENULIS .....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
1.7 Sistematika Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Teori .....	6
BAB III METODE PERANCANGAN .....	15
3.1 Alur Penciptaan .....	15
3.2 Penelitian Terdahulu .....	15
3.3 Objek dan Subjek Perancangan.....	17
3.4 Metode Perancangan .....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.6 Jadwal Penelitian.....	24
3.7 Konsep Perancangan .....	24

3.8 Strategi Perancangan Rebranding Produk.....	28
3.9 Alat dan Perangkat.....	29
3.10 Proses Perancangan Karya .....	31
3.11 Biaya Produksi .....	45
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Analisis dan Pembahasan .....	46
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Kuesioner .....	23
Tabel 3.2 : Jadwal Penelitian .....	24
Tabel 3.3 : Biaya Produksi .....	42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Desain Kemasan.....	16
Gambar 3.2 : Packaging Rendang Telur .....	16
Gambar 3.3 : Kemasan Telur Puyuh Madis.....	17
Gambar 3.4 : Kemasan Telur Puyuh Madis 2021.....	21
Gambar 3.5 : Software Adobe Illustrator 2022.....	30
Gambar 3.6 : Software Adobe Photoshop 2022 .....	30
Gambar 3.7 : Sketsa Manual .....	31
Gambar 3.8 : Ilustrasi Burung Puyuh .....	32
Gambar 3.9 : Ilustrasi Supergraphic .....	32
Gambar 3.10 : Kemasan Telur Puyuh Madis Tampak Samping .....	33
Gambar 3.11 : Kemasan Telur Puyuh Madis Tampak Depan .....	33
Gambar 3.12 : Kemasan Telur Puyuh Madis Tampak Atas .....	33
Gambar 3.13 : Pola dan Layout Kemasan .....	34
Gambar 3.14 : Line out Kemasan Sekunder.....	34
Gambar 3.15 : Layout Kemasan Sekunder.....	35
Gambar 3.16 : Layout Brosur Telur Puyuh Madis .....	35
Gambar 3.17 : Desain Paper Bag .....	36
Gambar 3.18 : Desain Kaos .....	36
Gambar 3.19 : Kemasan Primer Telur Puyuh Madis.....	37
Gambar 3.20 : Kemasan Sekunder Telur Puyuh Madis.....	37
Gambar 3.21 : Brosur Mini Telur Puyuh Madis .....	38
Gambar 3.22 : Desain Paper Bag .....	39
Gambar 3.23 : Desain Kaos .....	39
Gambar 3.24 : Kemasan Telur Puyuh Madis.....	40
Gambar 3.25 : Kemasan Dus Produk.....	41
Gambar 3.26 : Brosur Mini.....	41
Gambar 3.27 : Paper Bag .....	41
Gambar 3.28 : Kaos Telur Puyuh Madis .....	42
Gambar 4.1 : Kemasan Telur Puyuh Madis.....	46
Gambar 4.2 : Ilustrasi Supergrafis .....	47
Gambar 4.3 : Kemasan Dus Produk.....	52

Gambar 4.4 : Brosur Mini.....	54
Gambar 4.5 : Paper Bag .....	55
Gambar 4.6 : Kaos .....	56
Gambar 4.7 : Label Harga Kemasan.....	56



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 : Sistematika Perancangan .....	5
Bagan 3.1 : Alur Penciptaan .....	15
Bagan 3.2 : Struktur Organisasi .....	20
Bagan 3.3 : Proses Desain Menurut Sri Julianti.....	28



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. : Dokumentasi Obervasi dan Wawancara.....	61
Lampiran 2. : Instrumen Wawancara.....	62
Lampiran 3. : Kuisisioner Telur Puyuh Madis .....	63
Lampiran 4. : Biodata Mahasiswa .....	67



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang mengandalkan perekonomian masyarakat melalui sektor peternakan, yang membuat keberadaan sektor peternakan tersebut berperan penting karena menjadi sumber pendapatan bagi warga negara. Peternakan merupakan jenis usaha yang banyak diminati warga Indonesia, salah satunya ialah peternakan telur puyuh yang memiliki keunggulan terkait kecepatan dalam hal produksi.

Usaha “Puyuh Madis merupakan salah satu peternak telur puyuh yang ada di daerah sukabumi. Nama usaha tersebut berasal dari gabungan kata “Puyuh” dan “Madis” kepanjangan dari nama Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah. Telur puyuh Madis ini di produksi oleh Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah semenjak bulan Oktober 2019 sampai sekarang. Didirikan oleh Bapak Eman yang berlokasi di Kp.Gudang Rt.04/05 Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi.

Produk telur puyuh Madis sendiri menggunakan kemasan mika tray dan dilengkapi desain label sederhana serta masih kurangnya informasi yang dicantumkan. Produk ini belum mempunyai kemasan sekunder untuk lebih memaksimalkan perlindungan serta belum adanya informasi produk yang lebih rinci dan lengkap. Klimchuk & Krasovec dalam skripsi (Sabrina A. N., 2021) menjelaskan bahwa, desain packaging merupakan sebuah bisnis kreatif yang mengkombinasikan beberapa unsur desain kemasan, dari mulai struktur bahan sampai visual lengkap beserta informasi sebuah produk yang bertujuan untuk lebih dapat ikut bersaing di tengah pasar.

Faktor permasalahan yang dialami oleh telur puyuh Madis adalah kurangnya informasi terkait produk secara lebih jelas dan lengkap, dan untuk tampilan *packaging* yang lebih menarik. Oleh sebab itu, kemasan telur puyuh Madis masih mempunyai sebuah kelemahan, yaitu kurang lengkapnya informasi yang tertera pada desain kemasan, manfaat dan kandungan produk, terdapat beberapa informasi yang kurang jelas keterbacaannya, lalu tatacara pengemasan yang masih bisa dimaksimalkan.



Seperti yang dijelaskan Sari (2009) bahwa pemasaran Peternakan Puyuh salah satunya yaitu dengan memberikan *Brand* atau merek pada desain kemasan didukung oleh mengoptimalkan promosi dalam rangka meningkatkan nilai jual (Sari, 2009).

*Brand* menurut Kotler (2002), dalam *American Marketing Association* (AMA) adalah perpaduan antara nama, slogan, simbol, konsep rancangan, atau bauran dari hal tersebut yang berfungsi untuk menentukan sebuah identitas dari barang atau jasa dan untuk menjadi pembeda dengan produk lain di pasaran” (Andyta, 2020).

Sedangkan *branding* bagi perusahaan berguna untuk mempromosikan produk atau jasanya agar terlihat unik dan menarik untuk target audiensnya. Menurut Anholt (2003), *Branding* mempunyai arti sebagai kegiatan dalam merancang sebuah brand. Salah satunya seperti merancang desain kemasan produk. Landa (2006)

Saat ini makna kata *branding* bukan lagi diartikan hanya sebagai merek dari sebuah entitas atau produk, tapi *branding* ialah semua unsur yang berkesinambungan dan menjadi identitas atau citra dari sebuah merek mulai dari nama, logo, khas grafis, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada dalam pikiran orang lain terhadap suatu produk atau entitas tersebut. (Andyta, 2020). Identitas visual yang matang dalam sebuah produk atau entitas akan bisa menyasar target audien secara lebih lebar dan efektif sehingga dapat menimbulkan rasa kepercayaan audien. (Sabrina A. N., 2021).

Sebuah *branding* ketika dilakukan dengan baik dan matang, akan bisa menimbulkan kekuatan tersendiri untuk sebuah produk. Konsumen dapat mengetahui pula perbedaan produk tertentu dengan produk pesaingnya. Hal terpenting dari sebuah *branding* adalah keserasian dari tiap elemen grafis yang dipakai, yang akan membuat produk mudah diingat oleh audien (Yuni Elia Suyani, 2016). Supaya merek mampu menjangkau segmen pasar yang luas, keunikan tersendiri dalam membuat produk perusahaan, maka diperlukannya *rebranding* produk yang dapat membuat kemasan lebih dijamin keamannya. Kandungan produk yang jelas dan keunikan kemasan, dapat meningkatkan nilai jual produk Telur Puyuh Madis diberbagai segmen pasar. Oleh karena itu,

penulis akan melakukan “*rebranding kemasan produk telur puyuh pondok pesantren madinatul istiqomah*” agar *brand* tersebut lebih menarik, mudah diingat, sehingga produk ini dapat lebih bersaing dengan kompetitor di luar sana.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana konsep *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah di Sukabumi?
- b. Bagaimana proses *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah di Sukabumi?
- c. Bagaimana analisis visual dari kemasan Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak keluar dari apa yang dimaksud penulis, maka dibuatkanlah batasan masalah yang hanya berfokus kepada :

1. Penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Sukabumi
2. Hanya berfokus kepada *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah
3. Media pendukung pemasaran produk Telur Puyuh Madis yaitu *brosure mini* tote bag dan kaos yang berperan sebagai media promosi.

## 1.4 Tujuan Perancangan

- a. Dapat menjelaskan bagaimana konsep *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah di Sukabumi?
- d. Dapat menjelaskan bagaimana proses *rebranding* kemasan produk Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah di Sukabumi?
- e. Dapat menjelaskan bagaimana analisis visual dari kemasan Telur Puyuh Madis hasil produksi Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah?

## 1.5

### Manfaat Penelitian

#### a. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang visual branding, dan pengetahuan terkait proses perancangan desain kemasan produk.

#### b. Bagi Institusi

1) Menyediakan referensi pengetahuan. Khususnya dalam bidang kajian yang berkaitan tentang branding kemasan.

#### c. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian ini, maka kelanjutannya akan dapat memiliki peluang yang lebih luas dalam meningkatkan citra dan nilai jual perusahaan, dalam rangka membantu meningkatkan identitas *brand* dalam benak audien.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis dalam melakukan penulisan penelitian yang berjudul “Rebranding Kemasan Produk Telur Puyuh Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah”, maka karya tulis disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :



#### a. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, pernyataan penulis, persetujuan skripsi, pengesahan skripsi, halaman peruntukan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan istilah.

#### b. Bagian Isi

pada bagian isi terdapat 5 bab, sebagai berikut :

##### BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab awal dalam skripsi, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat dan sistematika penulisan.

##### BAB II Kajian Teori

BAB III Metodologi Penelitian

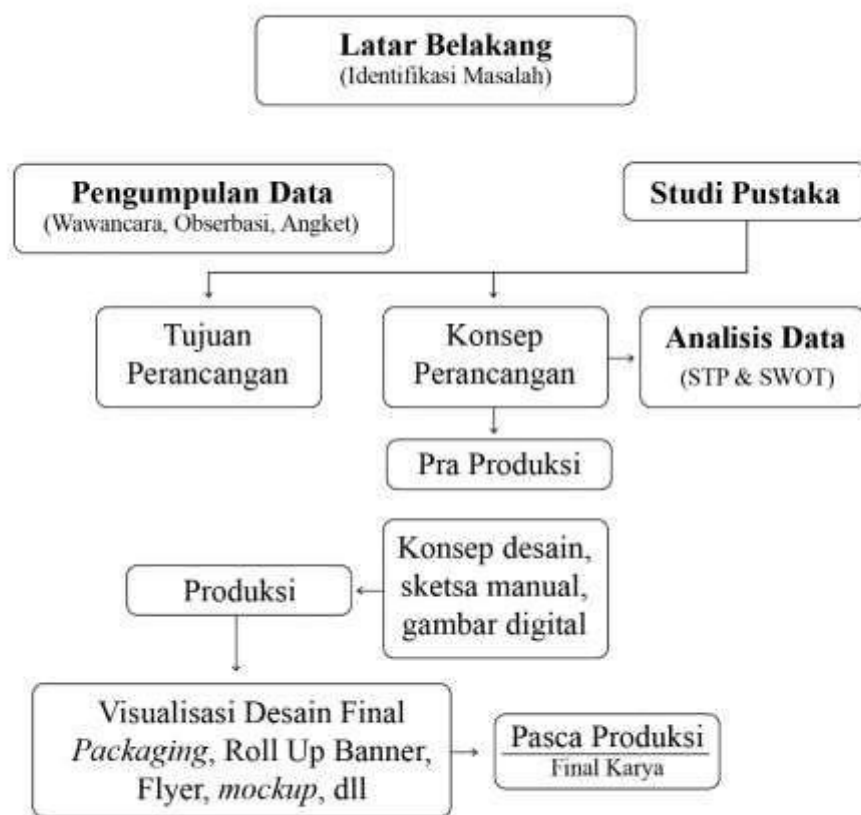
BAB IV Hasil dan pembahasan

BAB V Penutup

**c. Bagian Akhir**

Pada bab ini berisi daftar pustaka, gambar, dan lampiran-lampiran.

### 1.7 Skematika Perancangan



**Bagan 1.1 Skematika Perancangan**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam tugas akhir ini, penulis mempunyai tujuan untuk melakukan rebranding atau perancangan ulang kemasan produk Telur Puyuh Madis yang diproduksi oleh Ponpes Madinatul Istiqomah di wilayah Nagrak, Sukabumi guna memenuhi standarisasi kemasan, mengoptimalkan bahan kemasan agar dapat melindungi produk secara maksimal, serta lebih dapat menarik minat konsumen sehingga dapat memiliki daya saing di pasaran. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berangkat dari data yang terkumpul, rebranding produk Telur Puyuh Madis yang diproduksi oleh Ponpes Madinatul Istiqomah yang bertujuan untuk melengkapi kekurangan dari produk tersebut agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dengan memperbarui desain kemasan produk, sehingga produk dapat terjaga dengan baik dan informasi produk dapat tersampaikan dengan baik dan efektif.
2. Proses perancangan ulang produk ini, desain media kemasan produk primer dan sekunder yang menjadi media utama serta brosur, paper dan desain baju sebagai media pendukung.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian ini, penulis memberikan saran-saran berdasarkan apa yang penulis ketahui terhadap perancangan ulang kemasan produk telur puyuh di Nagrak, Sukabumi adalah sebagai berikut:

1. Bahwa dengan adanya perancangan ulang kemasan produk telur puyuh madis ini dapat membantu memenuhi kebutuhan kemasan yang mampu meningkatkan penyampaian pesan secara visual serta kualitas produk di mata konsumen.
2. Dapat menjadikan pelindung dan media informasi produk yang sangat efektif sebagai solusi dalam memenuhi kebutuhan kemasan Telur Puyuh yang



diproduksi oleh Pondok Pesantren Madinatul Istiqomah di wilayah Nagrak, Sukabumi.

3. Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian yang sama tentang rebranding kemasan produk, apabila akan menggunakan perancangan ini sebagai referensi, maka sekiranya perlu dikaji ulang lebih dalam lagi. Karena tidak menutup kemungkinan penulisan perancangan karya ini masih terdapat banyak kekurangan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anditya. (2015, 10 29). *Saat Brand Perlu Rebranding*. Retrieved from Pride: <http://pride.co.id/saat-brand-perlu-rebranding/>
- Andyta, G. P. (2020). *BRANDING USAHA MADE BADERA BR. PERANGSADA, BLAHBTUH, GIANYAR*.
- Bambang D. Prasetyo, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Hendrawan, H. (2021). (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 129.
- Hendrawan, H. (2021). JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 130.
- Heriyadi. (2018). *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship. STRATEGI POSITIONING DALAM PERSAINGAN BISNIS*, 263.
- Hidayat, A. (n.d.). *Penelitian Kualitatif (Metode): Penjelasan Lengkap*. Retrieved from statistikian: <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>
- Kurniawan, A. (2022, Juni 2). *Pengertian Wawancara*. Retrieved from gurupendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-wawancara/>
- Marco, A. (2017). *PENGARUH REBRANDING DAN REPOSITIONING TERHADAP BRAND EQUITY SMARTPHONE MICROSOFT. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- Mufreni. (2016). *PENGARUH DESAIN PRODUK, BENTUK KEMASAN DAN BAHAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS TEH HIJAU SERBUK TOCHA). Jurnal Ekonomi Manajemen*, 49.
- pakdosen. (2022, Juni 28). *dokumentasi adalah*. Retrieved from dosen.co.id: <https://pakdosen.co.id/dokumentasi-adalah/>
- Sabrina, A. N. (2021). *REBRANDING KEMASAN PRODUK VIRGIN COCONUT OIL (VCO) ASYICOL PT. ALPENA TIGA SEKAWAN DI*.
- Sabrina, N. A. (2021). *Rebranding Kemasan Produk Virgin Coconut Oil (VCO) Asyicol PT. Alpina Tiga Sekawan di Sukabumi. Skripsi*.
- Sari, M. (2009). *Analisis Strategi Pemasaran Telur Puyuh Pada Peternakan Puyuh Bintang Tiga (PPBT) di Desa Situ Ilir Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor. repository.ipb*.
- seputarpengetahuan.co.id. (2017, 08). *PENGERTIAN KEMASAN MENURUT PARA AHLI, FUNGSI, TUJUAN & JENISNYA*. Retrieved from Sseputar Pengetahuan : <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/pengertian-kemasan-menurut-para-ahli-fungsi-tujuan-jenis-kemasan.html>
- setiawan. (2022, Juni 18). *Kemasan – Pengertian, Fungsi, Tujuan, Jenis, Syarat, Bahan, Daya Tarik, Etika, Contoh, Para Ahli*. Retrieved from Guru Pendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/kemasan/>
- Setiawan. (2022, Juni 18). *Kemasan – Pengertian, Fungsi, Tujuan, Jenis, Syarat, Bahan, Daya Tarik, Etika, Contoh, Para Ahli*. Retrieved from gurupendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/kemasan/>

*Lampiran 4. Biodata Mahasiswa*

Nama : Cecep Syaripudin

NIM : 20180060011

Tempat Tanggal Lahir : Sukabumi 16 Februari 2000

Alamat : Kp. Babakan Rt/Rw 006/006 Desa Bojonggenteng  
Kec.Bojonggenteng Kab. Sukabumi, 43353

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Teknik dan Desain

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Putra

Email : [cecep.syaripudin\\_dkv18@nusaputra.ac.id](mailto:cecep.syaripudin_dkv18@nusaputra.ac.id)