

ABSTRAK

Perancangan desain komunikasi visual pada kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen serta membangun identitas produk yang kuat. Penelitian ini mengkaji strategi desain kemasan Ayam Betutu Mamito sebagai upaya peningkatan penjualan. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini meningkatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait desain kemasan. Teori Transparansi oleh Kendall Walton diterapkan untuk memastikan bahwa elemen visual kemasan mampu menyampaikan informasi produk secara jelas dan persuasif. Selain itu, penelitian ini menerapkan metode *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, guna mengembangkan desain kemasan yang inovatif dan fungsional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang dirancang dengan baik, informatif, dan menarik secara visual dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat identitas merek, serta berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Penelitian ini menegaskan bahwa kemasan bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam persaingan bisnis kuliner.

Kata kunci: Perancangan desain kemasan, Komunikasi visual, Teori Transparansi, metode *Design Thinking*, analisis SWOT.

ABSTRACT

The design of visual communication in packaging plays a crucial role in enhancing consumer appeal and establishing a strong product identity. This study examines the packaging design strategy for Ayam Betutu Mamito as a means to increase sales. Using the SWOT analysis, this research identifies the strengths, weaknesses, opportunities, and threats associated with the packaging design. The Transparency Theory by Kendall Walton is applied to ensure that visual elements effectively communicate product information clearly and persuasively. Additionally, the study employs the Design Thinking method, which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test, to develop an innovative and functional packaging design. The findings indicate that a well-designed, informative, and visually appealing package enhances consumer trust, improves brand recognition, and positively impacts sales performance. This research confirms that packaging serves not only as product protection but also as an effective marketing tool in a competitive culinary market.

Keywords: Packaging design planning, Visual Communication, Transparency Theory, Design Thinking method, SWOT analysis.

