

ABSTRAK

Sagun Bakar Jonjang Saribu, merupakan makanan yang memiliki rasa manis gurih yang berbahan dasar kelapa dan tepung tapioka menjadikannya salah satu oleh-oleh yang kurang lengkap rasanya jika tidak dibeli ketika berkunjung ke Nagari Silit Air, Kabupaten Solok, karna produk Sagun Bakar Jonjang Saribu yang diproduksi oleh Ajis Farida sudah ada sejak tahun 1997 maka dari itu untuk rasa dan kualitasnya akan terjamin karna Sagun Bakar Jonjang Saribu selalu konsisten menggunakan bahan-bahan berkualitas, untuk pemasaran awal penjualannya masih dititipkan ke warung-warung hingga sudah mempunyai toko sendiri hingga sekarang. Perancangan ini didasari karena adanya permasalahan pada kemasan lama Sagun Bakar Jonjang Saribu yang sangat jadul serta tidak dibranding dengan baik seperti penggunaan warna, tipografi, serta visual yang tidak cocok menjadikannya kurang diminati terutama generasi muda terbukti dengan sudah berkurangnya penjualan dari Sagun Bakar Jonjang Saribu, untuk itu diperlukan nya perancangan ulang *packaging* dari Sagun Bakar Jonjang Saribu dengan pemilihan warna, bentuk, tipografi, dan visual yang dapat mewakili identitas produk Sagun Bakar Jonjang Saribu agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas serta dapat digemari generasi muda dengan memberikan tampilan yang *fresh* pada packaging baru yang dapat mewakili identitas perusahaan maupun produk dari Sagun Bakar Jonjang Saribu dan pastinya akan berdampak pada meningkatnya penjualan dari sagun bakar jonjang saribu.

Kata kunci: Media Promosi, Kemasan Produk, Sagun Bakar Jonjang Saribu.

ABSTRACT

Sagun Bakar Jonjang Saribu, is a food that has a sweet and savory taste made from coconut and tapioca flour, making it one of the incomplete souvenirs if not purchased when visiting Nagari Sulit Air, Kabupaten Solok, because the Sagun Bakar Jonjang Saribu product produced by Ajis Farida has been around since 1997, Therefore, the taste and quality are guaranteed because Sagun Bakar Jonjang Saribu always uses quality ingredients, for the initial marketing, the sales were still entrusted to stalls until it had its own shop until now. This design is based on the problem of Sagun Bakar Jonjang Saribu's old packaging which is very old-fashioned and not well branded such as the use of colors, typography, and visuals that are not suitable to make it less attractive, especially to the younger generation as evidenced by the reduced sales of Sagun Bakar Jonjang Saribu, so it is necessary to redesign the packaging of Sagun Bakar Jonjang Saribu with the selection of colors, shapes, typography, and visuals that can represent the product identity of Sagun Bakar Jonjang Saribu so that it can reach a wider audience and can be favored by the younger generation by giving a fresh look to the new packaging that can represent identity the company and products of Sagun Bakar Jonjang Saribu and will certainly have an impact on increasing sales of sagun bakar jonjang saribu.

Keywords: Promotional Media, Product Packaging, Sagun Bakar Jonjang Saribu.