

ABSTRAK

Makanan tradisional sebagai makanan yang dikonsumsi oleh golongan etnik dan wilayah spesifik, diolah berdasarkan resep yang secara turun temurun. Salah satu wilayah yang memiliki berbagai macam makanan tradisional yaitu kabupaten Banyumas. Makanan khas yang terkenal di daerah Banyumas yaitu getuk goreng Sokaraja. Namun ada kesamaan dalam hal kemasan yang digunakan getuk goreng Sokaraja. Tidak adanya ciri khas yang bisa ditampilkan dalam kemasan. Kemasan memiliki peran penting dalam kesan awal yang dilihat oleh konsumen. Kemasan menjadi media promosi dengan cara membuat kemasan memiliki visual yang baik dan menarik dari segi desain, warna, dan juga ukuran. Adanya kesamaan dalam hal kemasan getuk goreng Sokaraja juga dialami oleh penjual getuk goreng Sokaraja Legit Sari yaitu Pak Aziz. Target market yang dibuat oleh Legit Sari yaitu dari semua kalangan yaitu dari muda sampai orangtua, namun pada kenyataannya rata-rata pembeli getuk goreng Legit Sari adalah yang berumur 30 tahun keatas. Penulis melihat adanya permasalahan dari Legit Sari dalam menjangkau konsumen dari kalangan muda, maka diperlukan adanya perancangan kemasan yang efektif dan juga menarik. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Kemasan yang dibuat akan menampilkan sisi modern dan mudah dibawa dengan tambahan visual yang lebih baik dari sebelumnya. Terdapat dua kemasan yaitu primer dan sekunder dengan media pendukung lainnya seperti iklan sosmed, banner, brosur, dan merchandise

Kata kunci : desain kemasan, media promosi, getuk goreng

