



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN KEMASAN *PUBLIC RELATION (PR) PACKAGE* UNTUK MUSUME COSMETIC



Diajukan sebagai Persyaratan Kelulusan
Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis
Jurusan Teknik Grafika Penerbitan
Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**NADIRA RAIHANA HUMAIRAH
1906421019**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2023**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

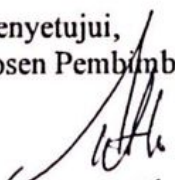
LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kemasan *Public Relation (PR) Package*
untuk Musume Cosmetics
Penulis : Nadira Raihana Humairrah
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis


Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Sidang Tugas Akhir.

Depok, 18 Juli 2023

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Andriyanto, S.E., M.Kom
NIP. 23272015100119730629

Dosen Pembimbing II


Dr. Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom
NIP. 197908032003122003



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KEMASAN *PUBLIC RELATION (PR) PACKAGE*
UNTUK MUSUME COSMETICS

Oleh:

NADIRA RAIHANA HUMAIRRAH
1906421019

Disahkan:

Depok, 31 Juli 2023
Penguji I

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II

Saeful Imam, S.T., M.T
NIP. 198607202010121004

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan

Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M
NIP. 196407191997022001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

**Perancangan Kemasan *Public Relation (PR) Package*
untuk Musume Cosmetics**

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Depok, Juli 2023
Yang menyatakan,



Nadira Raihana Humairah
1906421019



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Indonesia mengalami peningkatan dalam bidang industri kosmetik yang signifikan. Pada bulan Juli 2022, tercatat kenaikan didominasi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 20,6%. Musume Cosmetics sebagai *brand* yang baru berdiri pada awal tahun 2023 membutuhkan rancangan kemasan *Public Relation (PR) Package* sebagai upaya penumbuhan *brand awareness*. *PR Package* sebagai strategi pemasaran yang efektif dan *shareable* dipilih agar dapat menarik perhatian. Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan yang sesuai dengan citra *brand* Musume Cosmetics. Metode penelitian yang digunakan berupa pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu studi literatur, observasi, wawancara dan kuesioner. Tahapan proses desain menggunakan 5 tahapan oleh Steven Du Puis dan John Silva yaitu *Discovery, Creation, Refinement, Implementation, dan Final Artwork*. Hasil dari perancangan ini berupa kemasan *PR Package* dengan konsep desain elegan, *glam*, dan premium yang divisualisasikan pada struktur kemasan yang dirancang seperti *beauty case* dengan fitur laci dan juga cermin, serta menerapkan pada tampilan visual yaitu dengan elemen *sunburst, sparkle* dan *glitter* dengan *outline style* dan teknik cetak hotstamp pada setiap elemennya. Kemudian kemasan akan digunakan sebagai *PR Package* Musume Cosmetics untuk meningkatkan *brand awareness*.

Kata Kunci: Kemasan, *PR Package*, Musume Cosmetics, *Brand Awareness*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



ABSTRACT

Indonesia experienced a significant increase in the cosmetics industry. In July 2022, an increase was recorded dominated by Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) that reach 20.6%. Musume Cosmetics as a brand that was just established in early 2023 requires a Public Relations (PR) Package design as an effort to increase brand awareness. PR Package as an effective and shareable marketing strategy was chosen in order to attract attention. The purpose of this study is to design packaging that matches the brand image of Musume Cosmetics. The research method used is a combined qualitative and quantitative approach with data collection techniques such as literature studies, observations, interviews and questionnaires. The stages of the design process use 5 stages by Steven Du Puis and John Silva which is Discovery, Creation, Refinement, Implementation, and Final Artwork. The result of this design is PR Package packaging with an elegant, glam, and premium design concept which is visualized on a packaging structure designed such as a beauty case with drawer and mirror features, and applying it to the visual appearance, namely with sunburst, sparkle and glitter elements with an outline style and hot stamp printing techniques on each element. Then the packaging will be used as a PR Package for Musume Cosmetics to increase brand awareness.

Kata Kunci: Packaging, PR Package, Musume Cosmetics, Brand Awareness

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas limpahan karunia dan rahmat-Nya telah memberikan nikmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kemasan *Public Relation (PR) Package* untuk Musume Cosmetics” dengan baik sesuai dengan harapan.

Dengan dilaksanakannya kegiatan ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk berkembang dan menerapkan secara langsung ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan pada *project* tugas akhir yang nantinya akan menjadi pengalaman berharga untuk penulis. Laporan ini dibuat sebagai syarat dari kelulusan, penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini dengan baik atas bantuan dan dukungan moral dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Drs.sc., Zainal Nur Arifin, Dipl. Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan
3. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Bapak Andriyanto, M.Kom selaku dosen pembimbing materi dan Ibu Dr. Anita Hidayati selaku dosen pembimbing teknis penulisan
5. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk waktu dan materi dalam terlaksananya tugas akhir ini
6. Kepada teman-teman kelas DG-8B yang selalu memberikan dukungan moril selama masa semester 8 berlangsung
7. Kepada Sabil, Ages, Hita, Rere, Saskia dan Sidab yang saling memberi dukungan dan bantuan
8. Kepada teman-teman yang selalu mendukung saya, Aurell, Nabila, Daffa, Febi, Dinda, Rachma, Azmi, dan Kiara
9. Seluruh teman dan kerabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Laporan Tugas Akhir ini telah dibuat dengan sebaik-sebaiknya. Namun, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dari laporan yang telah dibuat baik dari penyusunan materi maupun penulisannya. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun untuk penulis, dengan senang hati akan diterima.



Depok, 17 Juli 2023

Penulis,

Nadira Raihana Humairrah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kemasan.....	6
2.1.1 Fungsi Kemasan.....	7
2.1.2 Klasifikasi Kemasan.....	8
2.1.3 Struktur Kemasan.....	13
2.2 <i>Public Relation Package (PR Package)</i>	16
2.3 Kemasan produk kosmetik.....	17
2.4 Desain Grafis pada Kemasan.....	18
2.2.1 Elemen Desain Kemasan.....	18
2.2.2 Prinsip Layout Kemasan	30
2.5 Metode Riset Desain.....	33
BAB III METODE PERANCANGAN.....	35
3.1 Metode Riset Desain.....	35
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.3 Data dan Analisis.....	37
3.3.1 Profil Klien.....	37



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.3.2	<i>Product Knowledge</i>	38
3.3.3	Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	39
3.3.4	Kompetitor	40
3.3.5	<i>Consumer Insight</i>	43
3.3.6	Analisis SWOT	44
3.4	Arahan Kreatif	46
BAB IV PEMBAHASAN		48
4.1	Konsep Visual	48
4.1.1	<i>Mind Mapping</i>	48
4.1.2	<i>Moodboard</i>	49
4.2	Proses Desain	51
4.2.1	Struktur Kemasan	51
4.2.2	Desain <i>Surface</i> Kemasan	54
4.3	Desain Terpilih	62
4.4	Media Turunan	70
4.5	Pertimbangan Produksi	71
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kemasan Primer	8
Gambar 2. 2 Kemasan Sekunder	9
Gambar 2. 3 Kemasan Tersier	9
Gambar 2. 4 Kemasan Sekali Pakai	10
Gambar 2. 5 Kemasan Multitrip	10
Gambar 2. 6 Kemasan <i>Semi Disposable</i>	11
Gambar 2. 7 Kemasan Fleksibel	11
Gambar 2. 8 Kemasan Kaku	12
Gambar 2. 9 Kemasan Semi Fleksibel	12
Gambar 2. 10 Pasta La Vista	13
Gambar 2. 11 Perbedaan Ukuran Pada Bronzer	14
Gambar 2. 12 Kemasan Produk Foundation	14
Gambar 2. 13 Kemasan Box	15
Gambar 2. 14 Beragam Material Kemasan Kosmetik	15
Gambar 2. 15 Merek pada kemasan Secondate	19
Gambar 2. 16 Cakram Warna	19
Gambar 2. 17 Warna Merah Pada Kemasan	20
Gambar 2. 18 Warna Biru Pada Kemasan	21
Gambar 2. 19 Warna Kuning Pada Kemasan	21
Gambar 2. 20 Warna Hijau Pada Kemasan	22
Gambar 2. 21 Warna Ungu Pada Kemasan	23
Gambar 2. 22 Warna Kuning Pada Kemasan	24
Gambar 2. 23 Warna Hitam Pada Kemasan	24
Gambar 2. 24 Warna Putih Pada Kemasan	25
Gambar 2. 25 Gambar Pada Kemasan	26
Gambar 2. 26 Contoh Old Style Font	27
Gambar 2. 27 Contoh Modern Serif Font	28
Gambar 2. 28 Contoh Slab Serif Font	28
Gambar 2. 29 Contoh Sans Serif Font	29
Gambar 2. 30 Contoh Script Font	29
Gambar 2. 31 Contoh Decorative Font	30
Gambar 2. 32 Ketentuan Huruf pada kemasan	30
Gambar 2. 33 PR Package Brand Dixionist	17
Gambar 3. 1 Logo Musume Cosmetics	38
Gambar 3. 2 Musume Compact Powder	39
Gambar 3. 3 Musume 3in1 Browcara	39
Gambar 3. 4 Logo NAMA Beauty	40
Gambar 3. 5 Produk Kosmetik NAMA Beauty	41
Gambar 3. 6 PR Package NAMA Beauty	41
Gambar 3. 7 Logo Ms Cosmetic	42

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 3. 8 Hay to Shine Loose Powder dan Ultra Moist Cushion	42
Gambar 3. 9 PR Package Ms Cosmetics	43
Gambar 4. 1 Mind Map	48
Gambar 4. 2 Moodboard Struktur Kemasan	49
Gambar 4. 3 Moodboard Struktur Kemasan	50
Gambar 4. 4 Sketsa Thumbnail Struktur Kemasan 1	51
Gambar 4. 5 Sketsa Thumbnail Struktur Kemasan 2	52
Gambar 4. 6 Digitalisasi Alternatif 1 Struktur Kemasan	53
Gambar 4. 7 Digitalisasi Alternatif 2 Struktur Kemasan	54
Gambar 4. 8 Sketsa Kasar Visual Kemasan	55
Gambar 4. 9 Sketsa Halus Alternatif 1	55
Gambar 4. 10 Sketsa Halus Alternatif 2	56
Gambar 4. 11 Sketsa Halus Alternatif 3	57
Gambar 4. 12 Sketsa Halus Alternatif 4	58
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif 1	59
Gambar 4. 14 Desain Komprehensif 2	60
Gambar 4. 15 Desain Komprehensif 3	61
Gambar 4. 16 Outdoor Area	62
Gambar 4. 17 Tampilan Dalam Kemasan	63
Gambar 4. 18 Kode Warna	64
Gambar 4. 19 Font Libre Baskerville	64
Gambar 4. 20 Font Averia Serif	65
Gambar 4. 21 Technical Drawing Blanket	65
Gambar 4. 22 Technical Drawing Wrapping Paper	66
Gambar 4. 23 Technical Drawing Box dan Drawer	66
Gambar 4. 24 Technical Drawing Tray	66
Gambar 4. 25 Mockup Digital Tampak Depan dan Belakang	67
Gambar 4. 26 Mockup Digital Terbuka	68
Gambar 4. 27 Mockup Tampak Depan	68
Gambar 4. 28 Final Artwork Tampak Luar	69
Gambar 4. 29 Final Artwork Tampak Luar	69
Gambar 4. 30 Greeting Card	70
Gambar 4. 31 Leaflet	71

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks Swot	45
Tabel 3. 2 Arahlan Kreatif.....	46
Tabel 4. 1 Key Visual	49





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
2. Transkrip Wawancara
3. Kuesioner
4. Hasil Plagiasi
5. Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Dilansir dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2022, UMKM mendominasi pasar kosmetik dengan kenaikan jumlah perusahaan sebesar 20,6% pada Juli 2022. Hal ini membuka peluang kepada pelaku usaha untuk menyajikan strategi promosi yang lebih unik dan kreatif sehingga dapat lebih unggul dari kompetitor. Penjualan produk kosmetik saat ini merambah ke dunia digital, penggunaan media sosial yang berkembang dengan pesat memberikan pengaruh besar terhadap penggunanya. Pemasaran yang dilakukan pada media sosial mampu menumbuhkan citra produk yang baik, meningkatkan *engagement*, dan dapat menjangkau pasar secara luas (Ratnasari et al., 2022).

Kemasan merupakan salah satu media pemasaran yang efektif dalam penyampaian pesan. Menurut Assauri Sofjan dalam (Herawati & Muslikah, 2019) selain berfungsi sebagai pelindung pada produk, kemasan merupakan media yang dapat digunakan untuk menyenangkan dan menarik pelanggan. Khususnya pada *beauty industry* yang saat ini persaingannya sangat ketat, dibutuhkan sebuah kemasan yang dirancang secara kreatif sebagai daya tarik. Kemasan yang dirancang *visually pleasing* sekaligus memenuhi aspek fungsional, dapat menambah nilai lebih jika dibandingkan dengan kompetitor.

Pengalaman yang didapatkan konsumen melalui desain kemasan dapat memperbesar nilai jual yang diterima. Menurut Kim, Self, dan Bae dalam (Johansson et al., 2020), *shareable experience* dapat dicapai dengan memberikan pengalaman berkesan serta menambah nilai dengan *unboxing*. Konsep kemasan yang memberi kesan dan membuat kagum seseorang akan menumbuhkan minat untuk membagikan pengalaman mereka melalui sosial media. Pemilihan warna, cetakan khusus atau personal, unik, dan *reversible* akan membuat suatu kemasan menjadi *shareable* (Arianto et al., 2022).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Public Relation Package atau yang dikenal sebagai *PR Package* adalah suatu paket berisikan beberapa produk dari suatu *brand* untuk dikirimkan kepada *influencer* atau *public figure* (Blessya, 2021). Untuk membuat produk terlihat lebih *stand out*, diperlukan pembuatan konsep melalui desain kemasan *PR Package* yang menarik. Kemasan *PR Package* juga akan dirancang menjadi wajah yang merepresentasikan *brand* melalui proses *unboxing*. Pemilihan media *PR package* dapat menarik minat konsumen karena membagikan pengalaman dengan kesan personal, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan terhadap *brand* (PRLab, 2022).

Salah satu *brand* kecantikan di Indonesia yang belum memiliki kemasan untuk *PR Package* adalah Musume Cosmetics. Musume Cosmetics telah memiliki logo sebagai identitas utama. Namun, sebagai *brand* yang baru saja berdiri diawal tahun 2023, Musume belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Persaingan bisnis kosmetik yang cukup ketat saat ini membuat Jesicca selaku *marketing manager* dari Musume ingin membuat terobosan melalui pembuatan *PR Package* agar pesan dan *value* dari Musume Cosmetics dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat khususnya pengguna media sosial. Musume telah meluncurkan 3 produk kosmetik yaitu *3in1 Browcara*, *Blush On* dan *Compact Powder*, Musume menawarkan produk berkualitas tinggi dengan formula khusus dan seluruh produk Musume memiliki klaim *vegan friendly* dan *cruelty free*.

Berdasarkan permasalahan yang ada, Musume Cosmetics memerlukan jawaban berupa perancangan kemasan *PR Package* untuk memaksimalkan upaya penyampaian pesan kepada masyarakat melalui perantara *influencer*. Permasalahan tersebut akan diangkat sebagai tugas akhir penulis dengan judul “Perancangan Kemasan Public Relation (*PR*) *Package* Musume Cosmetics”. Proses perancangan kemasan *PR Package* ini nantinya akan meliputi aspek visual dan fungsional sebagai representasi dari *brand* Musume Cosmetics dengan mempertimbangkan kemampuan klien. Kemasan *PR Package* ini diharapkan mampu mewakili citra *brand* dan menumbuhkan *brand awareness*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang kemasan *PR Package* yang sesuai dengan *brand* Musume Cosmetics?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Proses penyusunan tugas akhir ini memerlukan batasan masalah. Batasan masalah ditentukan agar topik pembahasannya menjadi tetap terarah sesuai dengan permasalahan yang ada. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas adalah:

- a. Proses perancangan kemasan *PR Package* Musume Cosmetics dengan 5 metode oleh Steven DuPuis dan John Silva
- b. Penerapan teori yang berkaitan dalam proses perancangan berupa teori elemen dan prinsip desain grafis untuk *PR Package* Musume Cosmetics
- c. Pengaplikasian desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics pada media turunan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir Perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan proses perancangan struktur kemasan *PR Package* Musume Cosmetics mulai dari konsep hingga hasil akhir
- b. Menjelaskan penerapan teori elemen dan prinsip desain grafis untuk *PR Package* Musume Cosmetics
- c. Memaparkan pengaplikasian desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics pada media turunan.

Adapun manfaat dari pembahasan tugas akhir desain kemasan kemasan *PR Package* Musume Cosmetics yaitu:

- a. Manfaat Praktis : Perancangan kemasan *PR Package* Musume Cosmetics ini diharapkan dapat menjawab solusi dari masalah yang ada sehingga dapat menumbuhkan kesadaran merek, memperkuat kepercayaan konsumen dan menambah nilai jual.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Manfaat Akademis : Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi rujukan bagi pembaca yang sedang melakukan penelitian pada bidang yang serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Proses penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kemasan Public Relation (*PR Package* Musume Cosmetics” disusun secara sistematis. Dalam tugas akhir yang terdiri dari 5 BAB saling berkaitan sehingga mempermudah untuk dipahami, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1, berisikan pendahuluan dalam penelitian untuk membahas perihal latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan yang digunakan untuk Tugas Akhir “Perancangan Kemasan Public Relation (*PR Package* Musume Cosmetics”

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab 2 ini berisi penjabaran kajian teoritis yang digunakan dalam perancangan kemasan *PR Package* Musume Cosmetics. Teori yang digunakan terbagi menjadi teori desain grafis dan teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan perancangan desain kemasan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini memuat metode penelitian yang nantinya kan digunakan dalam perancangan berupa pengumpulan data terkait desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics. Pada bab ini juga terdiri dari SWOT sebagai acuan proses perancangan, analisis yang didapatkan serta arahan kreatif dalam perancangan desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Pada bab ini berisi tentang proses perancangan dan pembahasan desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics. Dimulai dari penjelasan proses pembuatan rancangan desain dari tahap *brainstorming*, *mind mapping*, *moodboard*, sketsa hingga implementasinya. Pembahasan desain yang dilakukan meliputi beberapa aspek yaitu, konsep visual, proses desain, pertimbangan produksi hingga media pendukung.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan mengenai hasil pembahasan yang telah ditulis berdasarkan perancangan desain kemasan *PR Package* Musume Cosmetics secara sistematis dari keseluruhan hasil analisis serta saran yang berkaitan dengan simpulan yang dicapai kepada pembaca yang akan melakukan perancangan di bidang Desain Grafis.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan proses yang telah dilakukan pada perancangan kemasan *Public Relation (PR) Package* untuk Musume Cosmetics, dapat disimpulkan hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Awal mula proses perancangan desain kemasan *Public Relation (PR) Package* untuk Musume Cosmetics ini adalah dengan mengidentifikasi masalah yang dirumuskan menjadi sebuah landasan perancangan berdasarkan data dan fakta yang ada. Lalu pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif yang nantinya akan diolah dengan teknik analisis SWOT sehingga menjadi sebuah arahan kreatif. Setelah arahan kreatif dibuat, proses *brainstorming* dilakukan untuk merumuskan ide dalam bentuk *mind map* sehingga dapat menghasilkan sebuah *moodboard* yang nantinya akan menjadi acuan visual. Selanjutnya tahapan sketsa untuk penentuan struktur kemasan yang sesuai dengan membuat 2 struktur kemasan terpilih. Setelah menentukan struktur kemasan yang sesuai, eksplorasi tampilan visual untuk surface kemasan dilakukan dengan membuat sketsa *thumbnail* yang nantinya akan dipilih menjadi 4 alternatif sketsa halus. Setelah itu, desain komprehensif ditentukan dengan 3 alternatif yang terpilih untuk di *preview* kepada klien. Setelah memilih desain komprehensif, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan *final artwork* dengan membuat *technical drawing* yang sesuai untuk seluruh bagian *box*. Proses selanjutnya adalah membuat media turunan desain yaitu *greeting card* dan *leaflet* yang berisikan informasi produk pada kemasan.
2. Teori elemen dan prinsip yang digunakan pada pembuatan kemasan PR Package ini adalah penggunaan prinsip keseimbangan asimetris pada penempatan elemen visual yang berbeda pada setiap sisinya. Prinsip yang digunakan selanjutnya adalah irama pada elemen *glitter* dan *sparkle* yang di tempatkan secara abstrak dari *front panel* hingga *back panel* untuk menarik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan membawa mata audiens pada seluruh sisi kemasan. Kontras juga diterapkan pada kemasan ini dengan menggunakan warna pink dan emas yang kontras namun tetap feminim dan elegan. Prinsip selanjutnya adalah penekanan pada elemen logo yang terletak di *top panel* sebagai *media branding* utama pada kemasan ini.

3. Pengaplikasian desain utama pada media turunan ini membutuhkan personalisasi dan penyesuaian dari desain utama yaitu desain kemasan. Pemilihan layout, elemen dan kombinasi warna yang berbeda tetapi tetap menjadi suatu kesatuan dengan acuan *tone and manner*. *Greeting card* berukuran 8,5x17cm dengan bahan art carton 260gsm dilaminasi doff dan *spot uv print* untuk memberikan kesan premium. Lalu untuk *leaflet* informasi produk berukuran 8,5x17cm dicetak menggunakan bahan *art paper* 150gsm.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan proses yang telah dilakukan, didapatkan saran untuk penelitian kedepannya kepada penelitian sejenis ataupun kepada Musume Cosmetics adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan melakukan perancangan kemasan sekunder pada produk yang terdapat dalam *PR Package* agar dapat menjadi konsep "*special package*" dengan satu tema visual agar menjadi lebih eksklusif.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan Ansari, M. U., & Siddiqui, D. A. (2019). Packaging Features and Consumer Buying Behavior Towards Packaged Food Items. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3381882>
- Arianto, F. S., Wahyudi, N., & Herfan, D. (2022). *Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam*. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/TETRAMEKRAF/article/view/4650>
- Blessya, S. Y. (2021). *Apa itu PR Package*. <https://latihid.medium.com/apa-itu-pr-package-3dfcf1ee7485>
- Cortina-Mercado, M. (2017). *Effect of Packaging Design in The Purchase Decision Process: A Comparison of Generations*. 11(2).
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah.' *National Conference of Creative Industry*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Erlyana, Y., & Ressiani. (2020). *Basics of Packaging* (1st ed., Vol. 1).
- Gallan, A., Lewis, M. S., & Lim, J. H. (2020). The Effects of Product Packaging on Consumer Preferences: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Retailing*.
- Ghanshyam. (2022, April 4). *PR Package Meaning and Effective Guide*. <https://makemybusiness.net/us/pr-package-meaning-and-effective-guide/>
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(01), 17–35. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>
- Imiru, G. A. (2017). The Effect of Packaging Attributes on Consumer Buying Decision Behavior in Major Commercial Cities in Ethiopia. *International Journal of Marketing Studies*, 9(6), 43. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n6p43>
- Johansson, A., Herrlin, A., Hammers, K., Björling, M. W., & Helmfalk, M. (2020). *Customer Experience Through Packaging In An Online Context*. Linnaeus University.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

O'Grady, K. V., & O'Grady, J. V. (2017). *A Designer's Research Manual* (2nd ed.). Rockpot Publishers.

PRLab. (2022, March 7). *The Importance of PR Packages*. <https://www.bu.edu/prlab/2022/03/07/the-importance-of-pr-packages/#:~:text=PR%20packages%20are%20packages%20of,it%20to%20their%20audience%20organically>.

Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish Publisher.

Ratnasari, E., Megasari, P., & Sufa, S. A. (2022). Brand Equity Produk Mother of Pearl Dalam Akun Instagram @mop.beauty. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 319–333.

Ronauli, E. C. (2022). *Mengenal Jenis-Jenis Kemasan Produk, Fungsi, dan Contohnya*. <https://blog.localaris.com/jenis-jenis-kemasan-produk/>

Said, A. A. (2016). Desain Kemasan. In *Desain Kemasan*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.

Sari, N. L. D. I. D. (2013). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 6, No. 1.

Septiyadi, A. L., & Dirgantara, I. M. B. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina. *Dipornegoro Journal of Management*, 10, 1–14.

Steimer, S. (2020). *The Anatomy of Personalized Packaging*. <https://www.ama.org/marketing-news/the-anatomy-of-personalized-packaging/>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Nadira Raihana Humairrah	
NAMA PEMBIMBING		Andriyanto, S.E., M.Kom	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Kemasan Public Relation (PR) Package Untuk Musume Cosmetics	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	5 April 2023	BAB I: Judul harus diperjelas dan latar belakang pembahasannya masih terlalu luas, fokus pada kemasan yang akan dirancang	Merevisi bab 1 agar lebih fokus pembahasannya serta memperjelas judul agar tidak rancu
2	14 April 2023	BAB I: Rumusan masalah dan tujuan direvisi menjadi selaras	Melakukan revisi pada rumusan masalah sesuai arahan dari pembimbing
3	5 Mei 2023	BAB II: Mengganti susunan kalimat pada teori kemasan, merubah susunan, dan menambahkan tipografi pada kemasan secara spesifik.	Melakukan revisi sesuai yang diarahkan
4	8 Mei 2023	BAB III: Kuesioner dibuat lebih spesifik pada tampilan visual dan revisi pertanyaan untuk target audiens	Membuat kuesioner sdengan lebih fokus pada hasil berupa tampilan visual dan fitur yang diinginkan
5	16 Mei 2023	BAB III: revisi minor	Merevisi bab 3 dengan memperjelas data bagian consumer insight setelah itu ACC untuk Seminar Proposal
6	5 Juni 2023	Review hasil seminar proposal	Memindahkan teori PR Package dan Kemasan Produk Kosmetik menjadi teori makro, menambah responden dari komunitas beauty dan memperjelas product knowledge
7	21 Juni 2023	Mind map masih terlalu luas dan kurang fokus kepada kata kunci visualnya, tambahkan cabang yang merujuk pada objek	Menambahkan target audiens dan produk pada cabang mindmap dan merumuskannya pada kata kunci visual
8	8 Juli 2023	Moodboard struktur dan visual pada kemasan, 2 sketsa alternatif desain struktur terpilih	Melanjutkan ke proses desain tampilan visual penulisan hingga akhir dari proses yaitu pertimbangan produksi
9	13 Juli 2023	Memperkuat penulisan dan justifikasi desain komprehensif yang terpilih	Memperkuat penulisan dan justifikasi desain komprehensif yang terpilih dan membuat bab 5
10	17 Juli 2023	Merevisi mockup digital karena belum terlalu terlihat bagus	Memberi tekstur pada mockup dan memperbaiki dimensi agar lebih realistis
11	18 Juli 2023	ACC laporan tugas akhir dengan mengisi lembar persetujuan pembimbing	mendaftar untuk sidang 2023



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Nadira Raihana Humairrah
NAMA PEMBIMBING	Dr. Anita Hidayati
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Kemasan Public Relation (PR) Package Untuk Musume Cosmetics
KETERANGAN:	
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa	
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing	
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang	

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	9 Mei 2023	BAB I&II: Teori yang digunakan diperjelas, tambahkan sitasi pada pandangan ahli, revisi typo dan kalimat bahasa inggris dicetak miring	Revisi kalimat, menambahkan sitasi, dan menambahkan konklusi pada setiap teori
2	17 Mei 2023	BAB III: Merapikan seluruh proposal dengan ketentuan yang ada	Revisi keseluruhan proposal tugas akhir
3	17 Juli 2023	BAB IV&V: Merapikan seluruh typo dan daftar gambar	Mendaftar Sidang Akhir 2023
4			
5			
6			
7			
8			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Transkrip Wawancara

Narasumber : Imam
Jabatan : Creative Director
Tempat, Waktu : Kopi Curhat Jl. Haji Nawi Raya No.46 Jakarta Selatan

1. Nama dan Posisi di Musume Cosmetics?

Imam sebagai Creative Director

2. Bagaimana awal Musume Cosmetics terbentuk? (latar belakang)

Sebenarnya pemilihan nama Musume adalah dari bahasa Jepang yang artinya adalah Gadis atau putri dan pemilihan namanya nggak berdasarkan makna khusus ke visual dari brand atau apapun, pure alasan pribadi owner. Brand Musume sendiri terbentuk dari pemilik yang menyukai produk kosmetik dan ingin memiliki produk sendiri.

3. Siapakah target audiens dari Musume?

Perempuan, gen z dan milenial usia 19-30 tahun. SES B-A

4. Apa yang membedakan produk Musume dari produk kosmetik sejenis?

Produk kami itu bahan bahan natural dan berkualitas tidak dites pada binatang, produknya juga kami itu *vegan-friendly*.

5. Apakah Musume memiliki toko *offline*?

Saat ini penjualan produk Musume hanya pada sosial media atau online tetapi ada rencana untuk membuka toko *offline* nantinya.

6. Kompetitor dari Musume saat ini adalah?

NAMA Beauty, MsCosmetics



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Apa saja strategi promosi yang telah dilakukan untuk Musume Cosmetics?

Sejauh ini strategi promosi yang dilakuin sih baru pembuatan konten-konten di Instagram dan Tiktok dan juga untuk produknya kita endorse ke influencer atau artis.

8. Adakah *claim marketing* yang digunakan saat ini? (*tagline, mandatory claim, hastag*)

Inspiring beauty with vegan-friendly

9. *Value* atau pesan yang dimiliki oleh Musume?

Natural ingredients, kosmetik eksklusif

10. Apa saja produk yang dijual oleh Musume saat ini?

Compact powder Rp240.000 dan 3in1 browcara Rp98.000 Blush On Rp132.000

11. Produk Musume saat ini dikemas bagaimana? (Kemasan primer, sekunder)

Kalau untuk kemasan kita sudah ada kemasan primer dan sekunder.

12. Ekspetasi apa yang diharapkan perusahaan pada kemasan *PR Package* nantinya?

Kemasan nya bisa mewakili Musume, terus juga bisa melindungi produk nya karena ini kan untuk *PR Package* jadi sebisa mungkin pengen produknya itu tetap aman sampai nanti di influencer yang menerima jadi bisa promosiin sesuai dengan tujuannya.

13. Adakah *image* atau citra yang ingin ditumbuhkan pada audiens?

Mewah, eksklusif dan natural



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

14. Adakah *mandatory* atau *forbidden* elemen pada kemasan nantinya?

Mandatory logo, selebihnya buat tampilan visual kami menyerahkan ke designer nya untuk Eksplorasi jadi nanti hasilnya lebih beda gitu.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

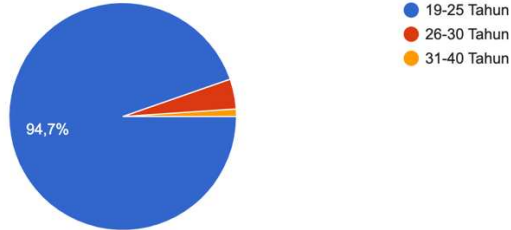
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Kuesioner

Berapa usia anda?

94 jawaban

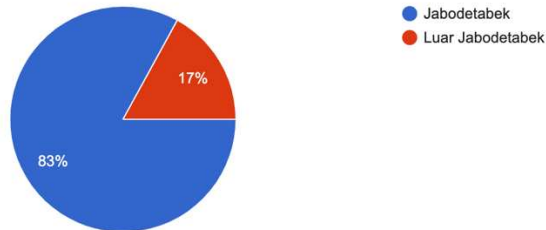
Salin



Dimana domisili anda saat ini?

94 jawaban

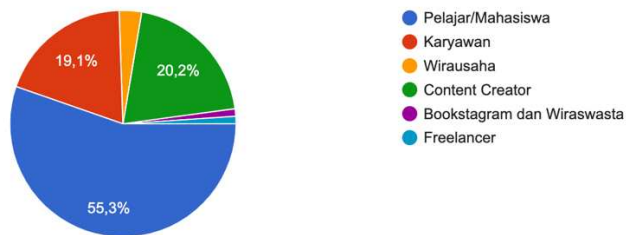
Salin



Apa pekerjaan anda?

94 jawaban

Salin





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

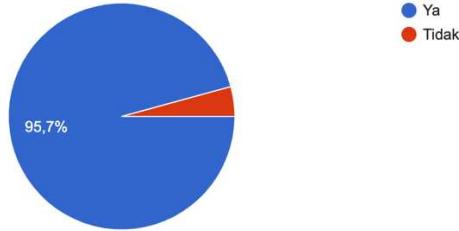
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Produk Kosmetik

Apakah anda pengguna produk kosmetik?

Salin

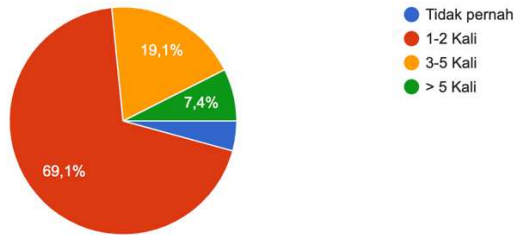
94 jawaban



Seberapa sering anda membeli kosmetik dalam 1 bulan?

Salin

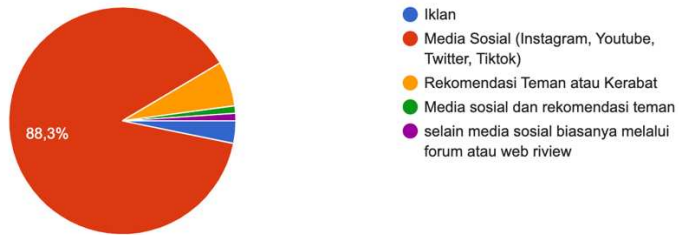
94 jawaban



Dimana biasanya anda mencari informasi produk kosmetik? (Review, Spesifikasi, Kegunaan, dan lainnya)

Salin

94 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

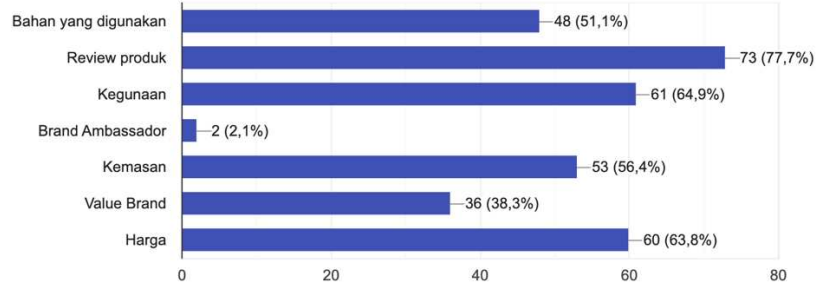
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saat membeli produk kosmetik, apa yang anda perhatikan? (Dapat memilih lebih dari satu)

Salin

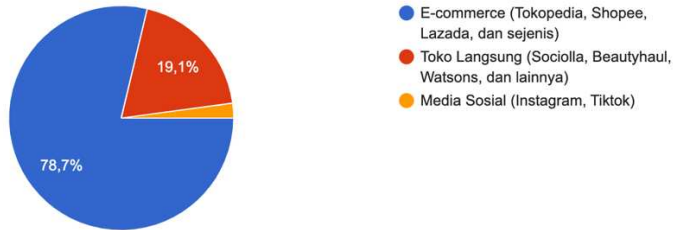
94 jawaban



Dimana biasanya anda membeli produk kosmetik

Salin

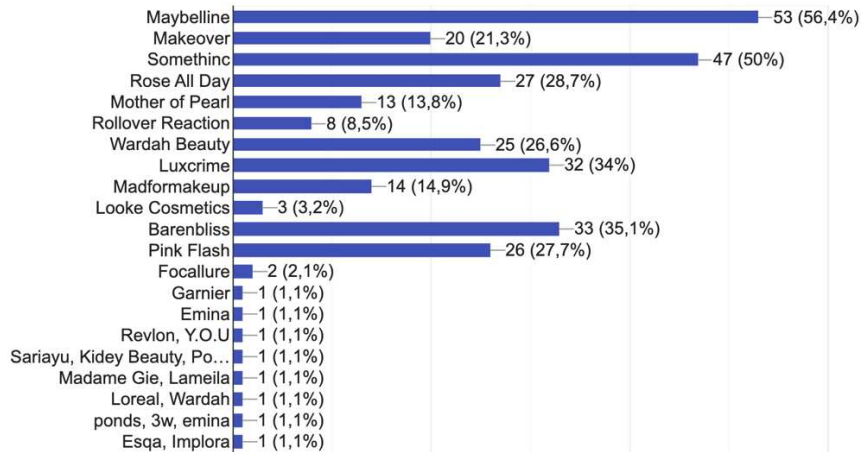
94 jawaban



Pilih merek kosmetik yang sering anda beli: (Dapat memilih lebih dari satu)

Salin

94 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Apa alasan anda memilih produk kosmetik dari *brand* tersebut?

94 jawaban

bagus

Karena produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dan harga yang sesuai

Kesannya lakik banget

memiliki produk yg sustainable dan juga berkualitas

harga yang masih terjangkau, kegunaan yang sesuai claim, bahan yang sesuai dengan kondisi kulit

Bagus dan masuk ke dalam budget

bagus aja di ak

kualitas produk yg baik n worth the price (pigmented, longlasting, shade warna yang sesuai, dan sebagainya),visual dan bentuk packaging product yang menarik

review mengenai produk tersebut bagus dan packaging nva bagus

Merk sudah dikenal baik, kandungan aman dan cocok diwajah tanpa menyebabkan breakout

murah

Sudah cukup lama memakai dan cocok dengan kulit jadi terus pakai sampai sekarang

produk makeup tersebut cocok di kulit saya dan shade nya cocok dan kualitasnya bagus

karena review dari orang2 bagus, terus juga produknya bagus dan cocok

Karena value, harga terjangkau, dan cocok dikulit

kualitas produk dan penyajian kemasan yang aman dan menarik

cocok dan pas dengan budget sayah

Banyak yang bilang bagus dan saya tertarik mencobanya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pernah mendengar merk produk tersebut

Harga yang standard

Cocok, murah, dan packagingnya lucu :3 (khusus beberapa brand tertentu)

Menurutku produk Wardah harganya paling affordable dibanding yang lain. Dan sejauh ini kualitasnya tidak pernah mengecewakan.

Karna bagus dan affordable

harga terjangkau & bagus

Karena sudah pas dikulit, baik di tekstur maupun shade. Cocok di kulit sawo matang.

Mama sama ade pake nya itu

Karna sy mau dan pengen dan butuh

Affordable dan ringan untuk kulit

hasil dan review yg bagus

Wardah karena Halal dan sejauh ini cocok dan aman di kulit

Affordable

Karena hanya merk tersebut yang cocok di wajahku yang sensitif

karena terjangkau dan bagus bahannya untuk muka saya cocok

produknya bagus

Karena bahan yang di gunakan dalam komestik tersebut aman untuk pemula dan hasil akhirnya tidak memberikan hasil yang terlalu over

review dari influencer bagus. pernah coba dan emmang kualitas produknya bagus

Reviewnya bagus dan emang cocok buat muka saya

Harga terjangkau

review nya bagus dan packagingnya menarik & simple

Memiliki citra brand yang baik dengan harga yang terbilang murah tetapi memiliki kualitas produk yang sangat baik

Overall karena formula nya bagus, mudah dipakai, harga masih affordable, multifungsi, packaging yg efisien, dan udah cocok dari awal jadi seringnya repurchase

worth to buyy

Karena brand tersebut memiliki value dan memiliki keunggulan dalam produknya, sebagian besar mendapatkan review yang positif dari konsumen, dan kandungan di bahan kosmetik memiliki kecocokan dengan tipe kulit saya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Karena brand tersebut memiliki value dan memiliki keunggulan dalam produknya, sebagian besar mendapatkan review yang positif dari konsumen, dan kandungan di bahan kosmetik memiliki kecocokan dengan tipe kulit saya.

pertama untuk pemula harga pada brand tersebut bisa dibilang cukup affordable, lalu kemasan yang digunakan memang simple biasanya produk brand baru malah menggunakan kemasan yang lebih modern daripada brand yang sudah berdiri cukup lama.

Murah dan berkualitas

harga dengan kualitas terjamin

Udah biasa pake

karena sesuai claimnya

karena diantaranya adalah produk lokal, dari awal menggunakan produk tersebut dan selalu puas dengan hasilnya 🍷👍

Karena dari awal menggunakan makeup sudah memakai produk tersebut, cocok dengan kulit wajah, harga terjangkau, kemasan produk yang simpel dan mudah untuk dibawa

brand bagus harga masih terjangkau

Shade yang aku cari ada di brand tsb, trs packagingnya jg mendukung simple lucu ga bulky, harganya jg affordable dgn kualitas yg dikasih, kadang dari official storenya suka banyak sale

Karena produk² dari brand tersebut memiliki ingredients yg cocok untuk kulit saya, dan produk²nya memiliki varian warna yg sesuai dgn tone tone kulit saya

SUdah kenal dan beli dari lama dan cocok juga buat dipakai, jadinya beli berkali-kali

Nihil

Secara harga masih masuk di budget dan kualitasnya juga bagus

Karena somethinc terkenal bagus bgt dan aku udh coba serumnya sangat cocok untuk mencerahkan kulit.

Cocok, warnanya bagus

banyak review-review baik

bagus, worth the price

Bagus dan cocok

Karena produknya bagus

harganya terjangkau dan kualitasnya bagus, juga cocok untuk tipe kulit saya

Produknya bagus dan menarik

Kualitas dan harga

Karena kualitas produknya bagus, harganya terjangkau, dan sering ada promo di official storenya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saya tertarik menggunakan skintific karena banyak yg bilang bagus dan aku sudah membuktikannya sendiri memang benar-benar ngaruh di wajah aku

kemasan lucu, bertema, produk bagus

Fungsi sesuai kebutuhan, packaging lucu, harga terjangkau

review menarik, packaging cantik, ingredients oke dan emang cocok di tipe kulit

Bagus

Saya suka dengan harga dan kualitas

mereka offering high-quality products dan tetep pegang enviroment friendly gestures

harga masih affordable, kualitas produk dari segi packaging & kegunaan bagus

banyak di review content creator dan packagingnya lucu!

cocok

Brand tsb memiliki ulasan yang baik di sosial media

karena ngerasa paling cocok sm skintone dan kulit

suka

Produknya bagus, sesuai dengan kebutuhan dan kemasannya unik

Memiliki brand image yang baik

Harga terjangkau namun kualitas dan kemasan menarik

review untuk brand tsb cukup baik

Beragam jenis dan kualitasnya bagus

bagus, ramah di kantong

kegunannya

kualitas bagus, banyak pilihan, brand nya udah ternama terpercaya, harga terjangkau

review dan kemasannya bagus

karena brand tsb cocok dengan kulit saya, dan semuanya bagus dari mulai packagingnya sampai isinyapun awet!

Menggunakan somethinc sebagai skincare memiliki ingredients yang aman dan gentle

produk-produknya berkualitas dengan packaging yang unik dan modern.

Kosmetik memiliki shades yang cocok dengan kulit saya

dengan kualitas yang bagus dan harga ya g terjangkau dan cocok untuk saya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

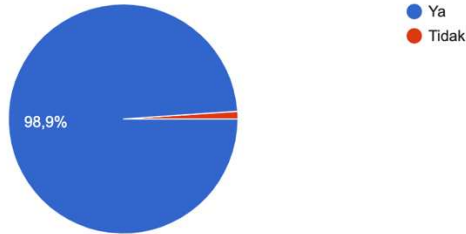
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kemasan

Menurut anda, apakah kemasan pada produk kosmetik itu penting?

Salin

94 jawaban



Berdasarkan jawaban di atas, mengapa kemasan pada produk kosmetik penting/tidak penting menurut anda?

94 jawaban

Untuk meyakinkan konsumen dalam menentukan untuk membeli produk yang bersangkutan

Untuk melindungi dan mengenali produk

Untuk merepresentasikan brand

kemasan menjadi penting karena sebagai gerbang utama untuk menarik pelanggan. selain penampilan kemasan, bahan kemasan juga penting, seperti kokoh tapi fleksibel supaya mudah dibawa kemana2 tapi tetap aman

Karena dengan kemasan yang bagus akan menarik customer untuk membeli

kl bagus bisa digunain lg or di simpen aja kl lucu

penting, karena fungsi utama kemasan sendiri untuk menjaga produk didalamnya, selain itu bentuk dan visual kemasan menjadi salah satu aspek penting dalam decision making, kemudian kemasan jg sebagai pembeda/usp dibanding dengan brand lain



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

untuk menarik perhatian saat pertama kali melihat

Dapat menarik perhatian

karena untuk value produk

Kemasan yang baik dan bagus menunjukkan keseriusan tim dalam pembuatannya

cerminan kualitas produk

penting karena supaya brand tersebut menarik dilihat

Gak terlalu penting, utamanya fleksibel masuk ke tas atau pouch.

melindungi produk yang ada di dalamnya dan mempengaruhi first impression dan representasi produk itu sendiri.

penting karena mencerminkan kesan awal pada brand

Karna perempuan mostly melihat sesuatu barang itu dr packagingnya

karena kemasan dapat menarik minat pembeli

Kemasan menjadi first impression

kalau menurut saya pribadi, bentuk kemasan bisa jadi salah satu faktor atau daya tarik customer untuk membeli produk kosmetik tersebut

Menurut saya kemasan penting untuk efisiensi dan keamanan produk.

Kl lucu menarik perhatian

first impression does matter! kalau pertama kali liat packagingnya kurang, jd kurang tertarik untuk coba

Menjadi salah satu daya tarik, kemasan tidak menarik kadang kurang diminati

Karna kemasan dapat melindungi produk di dalam nya

Biar makin pengen beli, apalagi kalo bikin efisien

Karena memiliki daya tarik bagi konsumen dan juga menambah value produk tersebut

kemasan penting sebagai daya tarik tambahan

Selain melindungi produk, kemasan juga penting sebagai identitas produk itu sendiri.

-

Penting untuk daya tarik pembeli

kemasan jadi dilihat bagus kalo tahan lama dan bagus fuh kaya matching di tas enak aja liatnya dan bikin terlihat ga kotor

terkadang menentukan awet/enggaknya dan aman/enggaknya (gampang pecah/mudah dibawa)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selain bahan packaging juga salah satu promosi dari produk agar calon customer tertarik membeli

kemasan merupakan media promosi bagi produk itu sendiri.

Penting untuk menarik orang buat beli produk kita

selain untuk menarik perhatian customer, kemasan produk juga penting untuk keamanan produk

kemasan produk kosmetik itu penting karena kemasan menjadi first impression bagi konsumen, selain karena produknya yang berkualitas, kemasan dapat meningkatkan nilai jual suatu produk

Selain menjadi daya tarik dari produk itu sendiri, kemasan berguna untuk menjaga kualitas dalam produk. Pastikan menggunakan kemasan yg tidak mudah luntur permukaannya agar informasi di kemasan tetap ada dan mudah dibaca kembali, dan gunakan kemasan yg tidak mudah rusak supaya bagian dalam produk tidak mudah terkontaminasi atau menjadi kering

Kemasan penting krn bisa berpengaruh thd minat konsumen. Tidak hanya di-desain dengan cantik dan unik, kemasan juga perlu efisien?, mudah, dan yang penting tetap dapat melindungi produk make up dari

Kemasan penting krn bisa berpengaruh thd minat konsumen. Tidak hanya di-desain dengan cantik dan unik, kemasan juga perlu efisien?, mudah, dan yang penting tetap dapat melindungi produk make up dari benturan luar

kemasan dapat menarik pelanggan

Kemasan menjadi bagian yang mampu menarik perhatian konsumen. Jika kemasan yang digunakan itu unik maka akan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli.

penting, karena biasanya konsumen bisa melihat kualitas walaupun secara obyektif dari segi bentuk dan desain kemasannya sehingga kemasan itu jadi bagian yang penting dari sebuah produk, selain untuk melindungi produk.

Penting, karena dari kemasan kosmetik dapat menarik minat konsumen untuk membeli, terlebih lagi untuk kasih gift

sebagai daya tarik sekaligus nilai tambah untuk value produk

Untuk menarik minat pembeli

untuk melindungi produk supaya tidak terkontaminasi

50% penting, untuk menarik perhatian dan menjadi daya pikat suatu produk supaya customer membeli produk tersebut dikarenakan customer tertarik.

Karena biasanya kemasan produk menunjukkan citra dari brand tersebut dan salah satu daya tarik bagi konsumen

penting untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk tsb

Karena kemasan tuh menjadi daya tarik pertama bagi customer selain melihat dari shade atau lainnya, selain dr sisi estetikanya yg lucu desainnya yg simple, bentuk packaging jg jd salah satu faktor penentu. Kalo packagingnya kecil ga bulky jd gampang buat dibawa kemana mana

Karena bentuk kemasan bisa disesuaikan dgn kebutuh kegunaan, karna bbrp item yg sering di bawa untuk berpergian kalau tidak dikemas dgn bentuk kemasan travel akan kesulitan dibawa untuk di bawa karna



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Karena bentuk kemasan bisa disesuaikan dgn kebutuh kegunaan, karna bbrp item yg sering di bawa untuk berpergian kalau tidak dikemas dgn bentuk kemasan travel akan kesulitan dibawa untuk di bawa karna terlalu bnyak tmpt yg terpakai

Saat memilih-milih kosmetik penampilan luar kelihatan paling pertama yang paling menarik

Karna untuk keamanan produk dan menarik perhatian konsumen untuk beli

Kemasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga kualitas produk di dalamnya

Ya, menurut aku, kemasan pada produk kosmetik sangat penting. Kemasan berfungsi sebagai wadah dan pelindung produk, namun juga memiliki peran yang lebih luas dalam pemasaran dan pengalaman konsumen.

enak dilihat

kemasan berperan penting untuk menarik perhatian pembeli

kemasan itu harus fungsional dan jg menarik untuk dilihat

Menarik perhatian lebih

Karena kemasan mempengaruhi sebuah pembelian yg akan dilakukan

karna kemasan memberikan first impression,semakin bagus packaging,semakin orang semakin tertarik untuk melihat

Karena kemasan yang menarik menambah point untuk alasan membeli produknya

Karna kemenarikan sebuah produk terlihat paling pertama dari packaging

Karena kemasan itu first impression seseorang mengenal produk tsb yang nantinya orang² akan mengetahui produk itu hanya dari packaging (ciri khas)

Perlindungan Produk: Kemasan berfungsi sebagai lapisan pelindung untuk produk kosmetik. Ini membantu mencegah kontaminasi, kerusakan fisik, dan paparan terhadap cahaya, udara, atau kelembaban yang dapat

Perlindungan Produk: Kemasan berfungsi sebagai lapisan pelindung untuk produk kosmetik. Ini membantu mencegah kontaminasi, kerusakan fisik, dan paparan terhadap cahaya, udara, atau kelembaban yang dapat mempengaruhi kualitas dan kinerja produk. Kemasan yang baik dapat memastikan bahwa produk tetap segar dan aman digunakan oleh konsumen.

bikin produk lebih menarik n eye catching

Untuk melihat informasi/product knowledge, Menarik konsumen

penting! Karna, menarik hati!! Sometimes, ada produk yg aku rekomendasikan ke temen tapi, temen ku nolak karna packagingnya jelek. Padahal, ingredients dan manfaatnya oke.

Karena seneng liatnya dan berpengaruh dengan efesiensi penggunaan produk

penting karena bisa menarik customer untuk beli kalo semakin menarik

untuk meyakinkan pelanggan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

karena aku biasanya beli online, kadang ada beberapa hal packaging wise yang bisa bikin produk tuh aman, kalo bocor kan sayang ya jadi sebisa mungkin kasih masukan ke brand juga kalo ada packaging yang bocor/rusak, supaya di improve

karena bila kemasan menarik, orang akan cenderung jadi penasaran ingin mencoba dan membuktikan "apa isi/hasilnya sebgus kemasannya?"

penting, termasuk daya tarik pembeli

ngeliat visual & efisiensinya, kl ribet males pakainya

Packaging merupakan hal yang dilihat sebelum isi produk tsb, maka kemasan kosmetik akan sangat mempengaruhi

karena kemasan harus menarik tapi juga hrs enak dibawa kemana2

penting krn untuk menarik perhatian customer

harus compact, awet

untuk melindungi produk dan kalau kemasannya bagus kadang beli karena kemasan

Kemasan dapat sebagai cerminan kualitas produk dan menarik perhatian untuk membelinya

Karena kemasan menjadi daya tarik pertama untuk dilihat pelanggan saat membeli sebuah produk

penting karena terkadang butuh makeup dengan packaging yang apik/well prepared biar lebih semangat menggunakannya dan untuk di pajang di storage makeup pun jadi bagus

Penting karna itu yang paling pertama dilihat mata

penting untuk menarik konsumen

kemasan yg menarik bisa menjadi daya tarik

menambah ketertarikan pembeli

menambah ketertarikan pembeli

karena itu yang pertama kali dilihat

menurut saya penting karena dari kemasan bisa menarik orang lain agar lebih ingin membelinya

kemasan produk memberi nilai atas produk tersebut meningkatkan brand image

kemasan memberikan first impression yang dimiliki customer terhadap brand

penting karena sebagai cerminan produk

agar menarik perhatian dan kemanan produk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

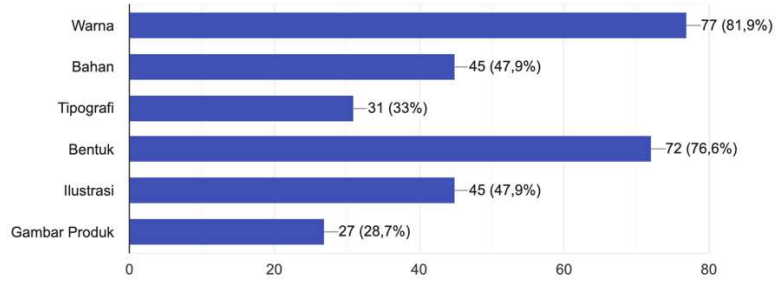
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apa hal yang paling menarik bagi anda pada sebuah kemasan? (Dapat memilih lebih dari satu)

[Salin](#)

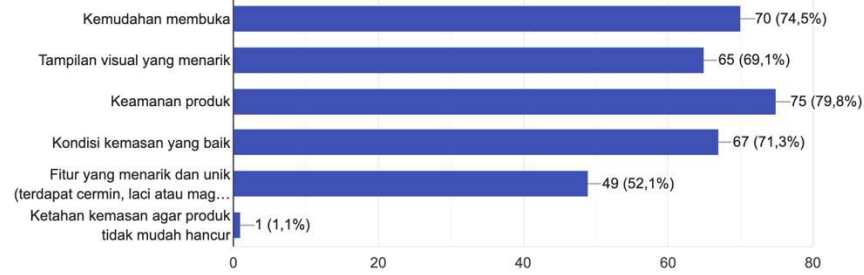
94 jawaban



Apa yang anda harapkan saat membuka produk kemasan? (Dapat memilih lebih dari satu)

[Salin](#)

94 jawaban

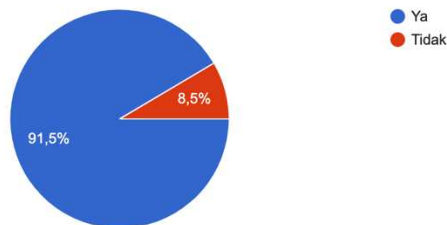


PR Package

Apakah anda mengetahui PR Package?

[Salin](#)

94 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

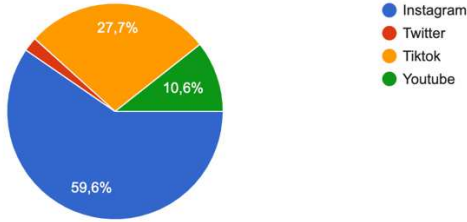
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dimana anda biasanya melihat konten *unboxing PR Package*?

[Salin](#)

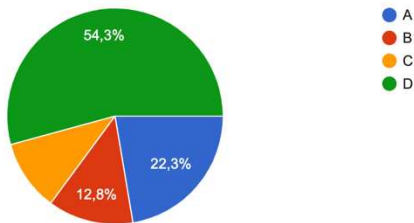
94 jawaban



Dari keempat gambar di atas, manakah yang paling **menarik tampilannya** menurut anda?

[Salin](#)

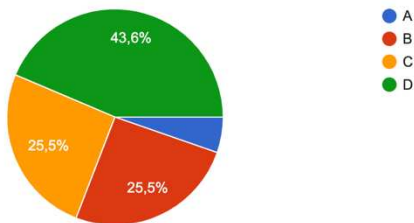
94 jawaban



Dari keempat gambar di atas, manakah yang paling **melindungi produknya** menurut anda?

[Salin](#)

94 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

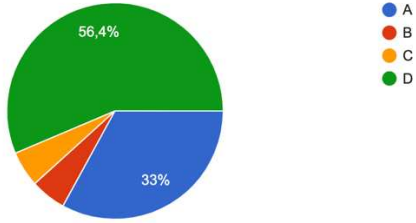
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dari keempat gambar di atas, manakah yang paling **unik** menurut anda?

Salin

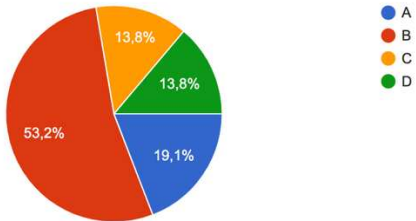
94 jawaban



Dari keempat gambar di atas, manakah yang paling **informatif** menurut anda?

Salin

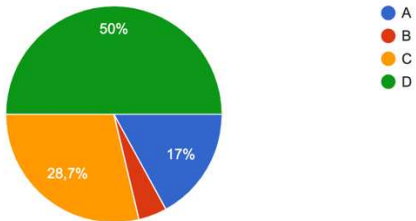
94 jawaban



Dari keempat gambar di atas, manakah yang **dapat digunakan kembali** (*reusable*) menurut anda?

Salin

94 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

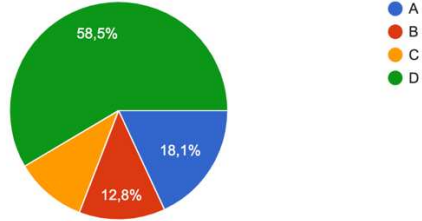
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dari keempat gambar di atas, *PR Package* mana yang paling anda sukai secara keseluruhan?

Salin

94 jawaban



Berdasarkan jawaban dari pertanyaan sebelumnya, apa alasan anda memilih *PR Package* tersebut?

94 jawaban

Unik dan menarik

Karena terlihat aman melindungi produk dan dapat digunakan kembali untuk menyimpan perhiasan/manik2/dsb

Warna menarik

Bentuk pr package unik, memiliki struktur seperti laci sehingga bisa digunakan kembali untuk menaruh skincare/makeup/aksesoris

bentuk yang unik tapi simple, warna yang pop-up tapi soft

Karena menarik dan berbeda dari yang lainnya

bisa digunain lg, bola bola nyalanya lucu bgt kl ada beneran

kemasan D karena bentuknya yang unik, memiliki kesan eksklusif dan mudah untuk dibuka, selain itu kemasan dapat digunakan kembali sebagai make up storage. Untuk kemasan B akrena memiliki deskripsi

kemasan D karena bentuknya yang unik, memiliki kesan eksklusif dan mudah untuk dibuka, selain itu kemasan dapat digunakan kembali sebagai make up storage. Untuk kemasan B akrena memiliki deskripsi pada kemasan sehingga dapat menjadi media untuk mendapatkan informasi tentang product/brand

lucu dan simple

Bentuk unik, dapat digunakan kembali

lucu, unik dan banyak space

Simpel tapi cantik, kontras warnanya menarik, kelihatannya tak terlalu makan tempat

unik dan menarik

warna nya bagus, menarik, dan boxnya dapat digunakan kembali

Lebih suka aja dengan desainnya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penyajian kemasan memiliki konsep yang unik, menarik, dan tergugah ingin membeli untuk merasakan eksperience secara langsung dari sebuah pr package, terlebih lagi jika pr package tersebut bersifat limited edition untuk edisi tertentu.

terlihat dengan jelas tema dari produk secara keseluruhan

Bentuknya menarik, ada laci yang bisa beguna untuk menyimpan sesuatu

Karena desain kemasan simple namun menarik saat dibuka, juga dapat melindungi produk dengan aman

karena dari first sight sudah terbaca untuk meaningnya. dan menarik secara visual

Selain karena terlihat praktis, package tersebut punya warna kuning yang uniik :D

Karena menurut saya itu yang paling dapat melindungi produk.

Menarik secara visual

simple dan tersampaikan tema dr kontennya

Karena menarik dan packaging yg aman, sehingga konsumen akan percaya untuk menggunakannya

Yang A bagus lucu

Bentuknya bagus

Simple dan dapat digunakan kembali sebagai tempat penyimpanan produk

tidak terlalu besar dan produk tertata dengan baik

Unik dan tidak monoton

Menarik

Desainnya unik, menarik, bisa dipakai kembali dan idenya fresh.

karena bisa dijadiin rak terus bagus hiasannya bisa digunain lagi, lucu ditaro ruangan

lucu

Karena terlihat unik

bentuknya lebih unik

Unik aja

karena lebih menarik, reusable, dan unik

pemilihan warna, bentuk dan positioningnya pas!! ngeliatnya aja udah bikin excited

Memiliki bentuk yang simple dan sekat pada setiap produk membuat produk lebih terjaga tidak mudah terbentur dan rusak, juga krna kemasan yg simple dan memiliki laci membuat kemasan ini dapat digunakan ulang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Unik, produk utama ter- point out, warna nya cantik

unik dan aksesoris lampu bisa dimanfaatkan untuk hal lain

PR Package B memiliki keunikan tersendiri karena terdapat macaron yang selaras dengan varian product dan menggambarkan produk. Selain itu PR Package D memiliki tampilan yang juga unik karena bentuk PR Package yang dapat digunakan kembali sebagai kotak penyimpanan makeup dan lainnya.

memang dari segi keamanan produk sepertinya kurang karena dari bentuk box yang variatif berbentuk segi 5 sehingga mungkin kunci yang digunakan rentan terbuka atau justru sebaliknya yang dapat menyulitkan konsumen, akan tetapi dari segi konsep penggunaan warna hijau dan bentuknya itu mampu memberikan kesan natural dan homemade apabila memang pesan yang ingin disampaikan adalah poin itu.

Tampilannya menarik dari segi warna, motif, dan aksesoris pada kemasan.

menarik, unik, perpaduan visual bagus dan paling penting memanjakan mata

Paling bagus

karena unik

karena melihat banyaknya benefit yang ada didalam packanging kosmetik tersebut, diantaranya baik itu packangin yang aman, menarik dan fungsional

Karena banyak space yang dapat digunakan sehingga jenis kosmetik tidak terlalu tercampur-campur, ukuran package yang pas dengan jumlah produk, kemungkinan produk akan mengalami cacat saat proses distribusi kecil, terdapat lampu LED yang menarik

perpaduan warna dan desainnya menarik, tambahan lampu di dlm PR packagenya unik

Karena visualnya menarik ada extra lampu 2 gt, jd bisa bikin kesan pertama yg "wah" krn dpt experience baru dan ga ngebosenin, selain itu dari segi fungsi pr package itu jg reusable mulai dr drawernya bisa dipake lg utk nyimpen jewelry

Lucu, dan isinya bisa banyak

Warnanya bagus

bagus ada lacinya

Karena bentukannya yang unik

Unik dan ada lacinya

paling menarik perhatian karena unik

kotaknya bagus, ada lampu disko yg bisa jadi hiasan terpisah

Karena unik dan bagus untuk reusable sebagai pajangan atau tempat menaruh barang

Karena unik dan berbeda

karena terlihat unik dan dapat digunakan kembali sebagai hiasan ataupun tempat menaruh produk

Unik, rapi, dan menarik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Design packaging yg unik dan warna cerah

Karena aku suka yang eye catching, dan menurut aku tempatnya bisa digunain lagi

Karena bentuknya yg unik dan lucu

Ada product + hadiah, packaging pr package reusable

warna menarik, terlihat fresh

PR package A tuh unik karna bentuknya serupa home ya, dan terlihat dari produknya juga warnanya hijau-hijau. Selain itu biasanya PR package tuh cuma berbentuk kotak/bulat. Padahal, kalau di explore lebih jauh banyak bentuk yang masih cantik tapi juga aman untuk digunakan.

Karena unik ada bola diskonya lalu warnanya cantik

warnanya lucu

karena saya suka saya cantik kayanya pake itu

it's smart, looks like a pool and little detailsnya amazing

Packaging luar berbentuk rumah, warna PR package serasi dengan produk di dalamnya, hiasannya simple tp menarik

bentuknya yang simple namun unik

bagus, simple, gak ribet bukanya

Memiliki design yang simple namun menarik (eye catching)

karena unik

karena unik belum pernah saya lihat sebelumnya dan menarik

lucu, simple compact, kokoh, ga makan tempat

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bagus, PR packagenya pakai konsep dari skincarenya dengan tambahan rumput, bentuk seperti rumah, jadi menarik banget dan nggak biasa

Menarik dan unik, packaging tersebut dapat memberikan kesan baik untuk konsumen

Dikarenakan menarik, dan bisa digunakan untuk hal lain

the unique one

unik

sangat menarik secara visual, dan memiliki banyak ruang

karna simple dan suka warna nya pink nya ga terlalu ngejreng

menarik

karena PR package D berbeda dari yang lain dan anti mainstream sehingga menarik para pembeli

unik dan berkesan

terlihat simple, informative, dan pemilihan warna yang memukau

unik dan bisa digunakan kembali

karena itu produk skincare dan pemilihan warna dan design yang membuat kita merasa tenang dan memiliki mindset "kayanya produk ini bisa bikin calming"

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Hasil Plagiasi

Nadira Humairrah_DG

ORIGINALITY REPORT

8%	8%	1%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pnj.ac.id Internet Source	3%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
4	lmsspada.kemdikbud.go.id Internet Source	<1%
5	www.scribd.com Internet Source	<1%
6	docplayer.info Internet Source	<1%
7	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1%
8	fpk.unair.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Pasundan University Student Paper	<1%



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Daftar Riwayat Hidup

Nadira Raihana H.
May 14, 2001
Depok

PERSONAL BACKGROUND NADIRA RAIHANA H

Section	Organization / Institution	Duration
Educational.	Politeknik Negeri Jakarta Graphic Technology and Publishing, Majoring Graphic Design.	2019 - 2023 (Expected)
	APRESIASI KREATIVITAS Design and Documentary Staff	Jan 2022 - Present
Volunteer.	MASA PENDAMPINGAN TGP 2021 Part of Design Department	May 2021
Experiences.	BEDAKAN BATCH 10 LIKUPANG Graphic Designer	March - April 2022
	Aksel Formerly Tutee.id Visual Designer Intern	2021
Organizational.	Damping Setara Creative Media Staff	2022 - Present
	POROS FM Producer of Spotify Content	2020 - 2021
	POROS FM Staff of Music Director	2019 - 2021

Skills: Creative Thinking, Graphic Design, Branding & Visual Identity

Software: Ps, Ai, Id