



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN KEMASAN *TAKE AWAY* SEBAGAI MEDIA
BRANDING UNTUK BRIFS SMASHBURGER**



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



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 mengumunkan 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 *Take Away* sebagai Media
Branding untuk Brifs Smashburger
Penulis : Paramita Putri Arini
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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 26 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019

MRR Tiyas Maheni DK, S.H.,
M.H NIP. 197608241999032002



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KEMASAN *TAKE AWAY* SEBAGAI MEDIA BRANDING UNTUK BRIFS SMASHBURGER

Oleh:

Paramita Putri Arini
2106421008

Disahkan:
Depok, 16 Juli 2025

Penguji I

Nanang Wahyudi, S.Sos
NIP. 520000000000000079

Penguji II

Ade Haryani, S.E., M.M
NIP. 196601121998022001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T, M.Eng.
NIP. 198405292012121002



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 mengumunkan 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 *Take Away* sebagai Media *Branding* untuk Brif's Smashburger

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 02 Juli, 2025
Yang menyatakan,



Paramita Putri Arini
NIM. 2106421008



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Tingkat kesibukan dan aktivitas sosial yang tinggi mendorong masyarakat memilih solusi cepat, seperti makanan siap saji, baik secara *dine-in* maupun *take away*. Kondisi ini memicu pertumbuhan UMKM kuliner, termasuk Brif's Smashburger, sebuah UMKM di Cibinong, Kabupaten Bogor, yang menyajikan burger *homemade*. Dengan penjualan yang semakin meningkat hingga menyentuh rata-rata 80 porsi per hari dalam peta persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Kemasan *take away* yang digunakan masih belum mencitrakan *brand*, produk hanya dibungkus dengan *paper wrap* sederhana dan kantong plastik putih pasaran tanpa identitas yang mencitrakan Brif's Smashburger. Sehingga, kemasan saat ini memiliki potensi minim promosi serta *brand recall* dan menyulitkan konsumsi produk secara praktis. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan *take away* yang dapat mencitrakan Brif's Smashburger dengan menerapkan elemen dan prinsip desain grafis serta menerapkan struktur kemasan yang dapat memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method*, yaitu campuran metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, studi literatur, dan *survey*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode riset *design thinking* yang memiliki tahapan berupa *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Melalui metode tersebut akan dihasilkan perancangan yang dapat memberikan kesan *homemade* dan ceria dengan konsep yang didapat yaitu penggunaan warna *triadic*, menggunakan gaya ilustrasi kombinasi *outline* dan *fill*, dan penggunaan elemen bertema memasak untuk menghasilkan kesan *authentic* atau unik pada kemasan. Melalui perancangan desain kemasan *take away* ini, diharap dapat menjadi nilai jual dengan citranya yang semakin dikenal serta mampu meningkatkan daya saing *brand* Brif's Smashburger dalam persaingan bisnis sejenis.

Kata kunci: Brif's, Smashburger, Kemasan, Take Away, Branding



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

High levels of busyness and social activities encourage people to choose practical solutions, such as ready-to-eat food, whether dining in or taking away. This situation drives the growth of culinary MSMEs, including Brif's Smashburger—an MSME based in Cibinong, Bogor Regency, that serves homemade burgers. Currently, sales have increased to an average of 80 servings per day, but competition in this market is becoming increasingly fierce. However, the take-away packaging still does not reflect the brand identity. The product is only wrapped in plain paper and an unbranded white plastic bag, which fails to convey the Brif's Smashburger image. As a result, the current packaging has minimal promotional impact and brand recall, and it makes the product less practical to consume. This study aims to design take-away packaging that better represents Brif's Smashburger by applying graphic design elements and principles, along with a packaging structure that provides a better user experience. The research uses a mixed-methods approach combining qualitative and quantitative techniques, including observation, interviews, literature studies, and surveys. The data are then processed using a design thinking framework, which consists of the stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Through this method, the design is expected to convey a homemade and cheerful impression by using a triadic color scheme, a combination of outline and fill illustration styles, and cooking-themed elements that create an authentic and unique look for the packaging. It is hoped that this new packaging design will add selling value, strengthen the brand's image, and enhance Brif's Smashburger's competitiveness in a crowded market.

Keywords: *Brif's, Smashburger, Packaging, Take Away, Branding*



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Kemasan *Take Away* sebagai Media *Branding* untuk Brifs Smashburger” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah berkontribusi dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I
5. MRR Tiya Maheni DK, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II
6. Para teman kelas DG-A, yang selalu berbagi canda tawa dan telah melewati banyak hal bersama-sama selama di perkuliahan.
7. Rafi Satya Raharja, Muhammad Fajar, dan Muhammad Iqbal Berlian selaku pemilik *Brand* Brif’s Smashburger yang secara terbuka membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam proyek perancangan Desain Kemasan *Take Away* untuk Tugas Akhir.
8. Devan Adha Saputra yang secara penuh memberi dukungan serta berbagi tawa dan suka setiap waktu.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dalam kesempurnaan baik isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati.

Depok, April 2025

Paramita Putri Arini





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Branding pada Kemasan	7
2.2 Kemasan	8
2.2.1 Fungsi Kemasan	8
2.2.2 Jenis - Jenis Kemasan.....	9
2.3.1 Desain Grafis Kemasan	11
2.3.2 Desain Struktur Kemasan	29
2.4 Metode Riset Desain	34
BAB III METODE PERANCANGAN.....	36
3.1 Metode Penelitian.....	36
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data	36
3.1.2 Metode Riset Desain.....	37
3.2 Data dan Analisis.....	39
3.2.1 Profil Klien	39
3.2.2 Product Knowledge	41
3.2.3 Kompetitor.....	43



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.4 <i>Consumer Insight</i>	46
3.2.5 Analisis SWOT.....	50
3.3 Arahan Kreatif.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	55
4.1 Konsep Visual	55
4.1.1 <i>Mindmap</i>	55
4.1.2 <i>Moodboard</i>	56
4.2 Proses Desain	58
4.2.1 Sketsa Struktur Kemasan.....	58
4.2.2 Sketsa Awal	61
4.2.3 Sketsa Manual.....	61
4.2.4 Desain Komprehensif.....	67
4.2.5 Desain Terpilih	70
4.2.6 <i>Technical Drawing</i>	74
4.2.7 <i>Prototype</i>	75
4.2.8 <i>Testing</i>	76
4.2.9 <i>Final Artwork</i>	79
4.3 Media Pendukung.....	80
4.4 Pertimbangan Produksi.....	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	86
DAFTAR REFERENSI	87
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kemasan Primer	9
Gambar 2. 2 Kemasan Sekunder	9
Gambar 2. 3 Kemasan Tersier	10
Gambar 2. 4 Tipografi <i>Serif</i>	12
Gambar 2. 5 Tipografi <i>Sans Serif</i>	12
Gambar 2. 6 Tipografi <i>Script</i>	13
Gambar 2. 7 Tipografi Dekoratif	13
Gambar 2. 8 Warna Merah pada Kemasan	15
Gambar 2. 9 Warna Jingga pada Kemasan	15
Gambar 2. 10 Warna Kuning pada Kemasan	16
Gambar 2. 11 Warna Hijau pada Kemasan	16
Gambar 2. 12 Warna Biru pada Kemasan	17
Gambar 2. 13 Warna Ungu pada Kemasan	17
Gambar 2. 14 Warna Cokelat pada Kemasan	18
Gambar 2. 15 Warna Hitam pada Kemasan	18
Gambar 2. 16 Warna Abu-abu pada Kemasan	19
Gambar 2. 17 Warna Putih pada Kemasan	19
Gambar 2. 18 Skema Warna <i>Monochromatic</i>	20
Gambar 2. 19 Skema Warna <i>Analogous</i>	20
Gambar 2. 20 Skema Warna <i>Complementary</i>	21
Gambar 2. 21 Skema Warna <i>Split Complementary</i>	21
Gambar 2. 22 Skema Warna <i>Triadic</i>	22
Gambar 2. 23 Skema Warna <i>Tetradic</i>	22
Gambar 2. 24 Penerapan Konsistensi Warna <i>Brand Coca Cola</i>	23
Gambar 2. 25 Penggunaan Foto pada Kemasan	24
Gambar 2. 26 Penggunaan Ilustrasi pada Kemasan	24
Gambar 2. 27 Penggunaan maskot pada kemasan	25
Gambar 2. 28 Kemasan yang Memiliki Kesatuan	26
Gambar 2. 29 Keseimbangan Simetris	27
Gambar 2. 30 Keseimbangan Asimetris	27
Gambar 2. 31 Prinsip Penekanan	28
Gambar 2. 32 Prinsip Irama	28
Gambar 2. 33 Material Kemasan <i>Art Paper/Art Carton</i>	30
Gambar 2. 34 Material Kemasan <i>Ivory</i>	30
Gambar 2. 35 Material Kertas Dupleks	31
Gambar 2. 36 Material Kertas <i>Wrapping</i>	31
Gambar 2. 37 <i>Tuck End</i>	32
Gambar 2. 38 <i>Glued End</i>	32
Gambar 2. 39 <i>Bottom Lock</i>	33
Gambar 2. 40 <i>Auto Lock Bottom</i>	33
Gambar 2. 41 Perforasi <i>Tear Strip</i>	34

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 mengumunkan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 3. 1 Brand Brif's Smash Burger	41
Gambar 3. 2 Product Knowledge	42
Gambar 3. 3 Instagram dan Kemasan Woodfireindo	43
Gambar 3. 4 Instagram dan Kemasan Flash Burger	44
Gambar 3. 5 Instagram dan Kemasan Burger Bangor	45
Gambar 3. 6 Instagram dan GoFood Lyka-Lyque Smash Burger	45
Gambar 4. 1 Hasil <i>Mindmap</i>	56
Gambar 4. 2 Moodboard <i>visual surface</i>	57
Gambar 4. 3 Moodboard Struktur Kemasan	57
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif Struktur 1	59
Gambar 4. 5 Mockup Manual Sketsa Struktur 1	60
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif Struktur 2	60
Gambar 4. 7 Sketsa Kasar Awal	61
Gambar 4. 8 Alternatif Sketsa Manual 1	62
Gambar 4. 9 Alternatif Sketsa Manual 2	64
Gambar 4. 10 Alternatif Sketsa Manual 3	65
Gambar 4. 11 Alternatif Sketsa Manual 4	66
Gambar 4. 12 Alternatif Sketsa Manual 5	67
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif 1	68
Gambar 4. 14 Desain Komprehensif 2	69
Gambar 4. 15 Desain Komprehensif 3	70
Gambar 4. 16 Desain Terpilih	71
Gambar 4. 17 <i>Custom Font</i> Drawen	71
Gambar 4. 18 <i>Open Font</i> Barlow	72
Gambar 4. 19 Penerapan Warna Kemasan Brif's	72
Gambar 4. 20 Ilustrasi dan Maskot pada Kemasan FAW	73
Gambar 4. 21 <i>Technical Drawing</i> Struktur 1	74
Gambar 4. 22 <i>Mockup</i> Digital Kemasan	75
Gambar 4. 23 <i>Dummy</i> Cetak Kemasan	75
Gambar 4. 24 Temuan <i>Testing</i> pada Produk	76
Gambar 4. 25 Perbaikan pada Kemasan	77
Gambar 4. 26 Hasil Uji Coba Produk dalam Kemasan	77
Gambar 4. 27 <i>FAW</i> Kemasan <i>Take Away</i> Brif's Smashburger	79
Gambar 4. 28 Aplikasi warna <i>Pantone</i> pada kemasan	80
Gambar 4. 29 Media Turunan <i>Paper Wrap</i>	81
Gambar 4. 30 Media Turunan <i>Insulation Bag</i>	81
Gambar 4. 31 Media Turunan <i>Thankyou Card</i>	82
Gambar 4. 32 Media Turunan <i>Label Box</i>	82



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT	50
Tabel 3. 2 <i>Creative Brief</i> Brif's Smashburger	52
Tabel 4. 1 Hasil <i>testing target audience</i>	78





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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Bimbingan Pembimbing 1 Materi [1]
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan Pembimbing 1 Materi [2]
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Pembimbing 2 Teknis
- Lampiran 4 Hasil Transkrip Wawancara dengan *Owner* Brif's Smashburger
- Lampiran 5 Dokumentasi Klien/*Outlet* Usaha
- Lampiran 6 Hasil *Survey* melalui Kuesioner *Google Form*
- Lampiran 7 Dokumentasi *Testing*
- Lampiran 8 Cek Plagiarisme
- Lampiran 9 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya tingkat kesibukan dan aktivitas sosial masyarakat perkotaan menimbulkan banyak alternatif cara praktis untuk mempermudah hidup. Pada sektor pangan, produk olahan atau makanan siap saji lebih diminati dan pilihan memesan makanan jadi hal yang praktis di samping harus memasak pada waktu yang terbatas (Burrahmad et al., 2020). Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan Badan Pusat Statistika, rata-rata pengeluaran per kapita untuk komoditas makanan minuman cepat saji menduduki posisi tertinggi di antara pengeluaran makanan lainnya, terhitung dalam seminggu mencapai Rp55.744 (Fajarati, 2024). Sehingga, tidak dipungkiri apabila bisnis kuliner UMKM mulai meningkat jumlahnya. Berdasarkan *Open Data Jabar 2023*, jumlah UMKM di Jawa Barat tercatat mencapai 7.055.660 meningkat 5,83 persen dari tahun sebelumnya (Fitriani, 2025).

Semakin meningkatnya jumlah usaha sejenis, tentu persaingan yang ditimbulkan terutama di area *outlet* juga semakin kompetitif. Strategi pemasaran dan *branding* yang kuat serta pelayanan dan kenyamanan produk terhadap konsumen menjadi hal penting agar bisnis tetap bisa bersaing (Ade et al., 2023). Selain itu, kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai dasar dari pembelian berulang pada sebuah usaha (Nurkariani & Kurniantara, 2022). Salah satu hal yang menjadi kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam membeli sesuatu khususnya pada bisnis makanan adalah kemasan yang mempunyai manfaat emosional. Konsumen akan merasa nyaman dengan kemasan yang kokoh, senang jika desainnya menarik dan sesuai dengan produk, serta tidak merasa kesal karena kemasan mudah dibuka (Clara, 2021).

Namun pada kenyataannya, banyak pelaku UMKM pada berbagai sektor termasuk kuliner kesulitan dan memiliki pengetahuan yang terbatas dalam



© 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

membranding kemasan produknya agar menarik dan ekonomis melalui desain (Siswanto et al., 2022). Sementara itu, desain kemasan yang kurang optimal dapat menghambat efektivitas *branding* produk UMKM. Dengan terbukanya peluang untuk inovasi dan kreasi dapat dijadikan sebagai modal penting dalam bersaing dengan kompetitor serupa salah satunya melalui desain kemasan.

Desain kemasan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi citra positif *brand* di mata konsumen. Selain hanya berfungsi sebagai pelindung produk, dengan menggunakan desain kemasan terdapat fungsi yang dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumennya. Citra *brand* menjadi kuat melalui desain visual kemasan yang konsisten menggunakan identitas mereknya (Maricar et al., 2023). Menurut Cetin (dalam Maricar et al., 2023) kemudahan konsumen dalam membuka, menggunakan, serta mengonsumsi produk secara langsung merupakan hasil dari kemasan yang dirancang dengan baik. Dengan mengombinasikan antara fungsionalitas, visual yang menarik, dan pengalaman positif konsumen pada desain kemasan akan meningkatkan nilai produk, sebagai pembeda dari kompetitor, dan menciptakan hubungan yang kuat dengan konsumen.

Mengerucut pada peta bisnis burger saat ini terutama di Kecamatan Cibinong terdapat berbagai gerai burger baik dari merek lokal (UMKM) maupun internasional yang sudah populer dengan persaingan yang cukup ketat. Beberapa diantaranya adalah Lyka Lyque Smash Burger, Burger Bangor, Chigo x Flip Burger, d'BestO Chicken & Burger, Woodfire Indo Burger, Flash Burger, dan Burger King. Merek-merek tersebut memiliki variasi spesialisasi baik dari segi menu, harga, dan *branding* yang diterapkan.

BRIF'S Smashburger merupakan salah satu merek UMKM pada sektor kuliner yang menjual produk burger *homemade* dan berdiri pada tahun 2023 di Cibinong, Kabupaten Bogor. Memiliki tiga varian utama burger yang ditawarkan berupa *The Classic*, *Roasted Garlic*, dan *Bacon n Egg*. Awalnya, produk BRIF'S Smashburger dijual kepada konsumen dalam lingkup terbatas, hingga kini dapat menyentuh rata-rata penjualan 80 porsi per hari baik secara offline maupun melalui layanan pesan antar *Shopee Food* dan *Grab Food*. Memiliki visi, menjadi *brand*



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

burger yang tidak hanya dikenal dengan rasanya yang luar biasa, tetapi juga karena pengalaman dan kebahagiaan yang diciptakan bagi setiap pelanggan.

Di samping itu, kemasan *take away* Brif's Smashburger saat ini hanya menggunakan kemasan primer berupa *paper wrap* dan kantong plastik putih tanpa identitas merek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaplikasian *branding* yang sudah dibangun belum diterapkan secara optimal. Pun apabila dilihat dari segi peta persaingan dan perkembangan bisnis yang semakin meningkat, kemasan saat ini pun dapat mengurangi potensi promosi karena tidak adanya identitas *brand* dan visual yang dapat mencitrakan Brif's Smashburger. Berangkat dari hal tersebut, perancangan desain kemasan ini diperlukan untuk memaksimalkan penerapan *branding* dalam menanamkan kesan ke benak konsumen. Untuk itu, diperlukan desain kemasan yang mampu mencitrakan Brif's Smashburger melalui identitas yang tercantum pada visualnya. Agar kemasan yang digunakan mampu menambah nilai positif dan menonjolkan keunikan *brand* dalam perluasan pasar serta sesuai dengan citra *brand* yang ingin disampaikan kepada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan pada penelitian tugas akhir ini sebagai berikut: "Bagaimana merancang desain kemasan UMKM Brif's Smashburger untuk merepresentasikan citra *brand*?"

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, terdapat batasan pembahasan agar berfokus pada ruang lingkup sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan UMKM Brif's Smashburger.
2. Perancangan konsep visual *surface* dan struktur kemasan Brif's Smashburger.
3. Pengaplikasian desain kemasan Brif's Smashburger pada media utama dan media turunan yang telah ditentukan.



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

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada penyusunan tugas akhir ini terdapat tujuan dan manfaat yang akan diraih, sebagai berikut:

- a. Tujuan
 1. Menjelaskan proses perancangan desain visual dan struktur kemasan Brif's Smashburger.
 2. Menerapkan konsep visual *surface* dan struktur yang digunakan pada perancangan desain kemasan Brif's Smashburger.
 3. Mengaplikasikan perancangan visual desain pada media utama dan media turunan yang relevan.
- b. Manfaat
 1. Manfaat Teoritis
 Penelitian perancangan kemasan sebagai media *branding* ini dapat dijadikan sebagai referensi dan dapat dikembangkan pada penelitian, penulisan, dan perancangan desain kemasan sejenis berikutnya.
 2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi Klien, perancangan kemasan ini dapat menjadi media yang tepat untuk menjadi nilai tambah pada produk sehingga mampu bersaing dengan kompetitor sejenis dan sebagai sarana untuk meningkatkan citra positif *brand* di mata konsumen.
 - b) Bagi Konsumen, perancangan kemasan ini dapat memberikan pengalaman baru dalam mengonsumsi produk Brif's Smashburger secara langsung dari kemasannya.
 - c) Bagi Lingkup Keilmuan Desain Grafis, perancangan desain kemasan ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu desain grafis dan dapat menjadi referensi dalam aspek visual bagi peneliti dan mahasiswa di bidang terkait.



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

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, pembahasan disampaikan dengan sistematis, menyeluruh, serta memudahkan pembaca. Berikut penyusunan sistematika pada penulisan ini, sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan latar belakang yang memuat fenomena dan fakta terkait perancangan desain kemasan berdasarkan permasalahan dari klien. Kemudian, dicantumkan pernyataan-pernyataan pendukung yang diperoleh dari berbagai penelitian dan literatur yang telah dilakukan sebelumnya. Sehingga dapat melatarbelakangi perancangan desain kemasan *take away* untuk Brif's Smashburger. Selain latar belakang, pada bab ini juga berisi rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi penjelasan serta tinjauan teori desain grafis oleh para ahli yang relevan dan mendukung dalam proses perancangan desain kemasan sebagai media *branding*. Teori-teori diperoleh dari berbagai sumber mencakup artikel ilmiah, jurnal buku, serta pendapat para ahli pada bidang terkait yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam penulisan ini.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Pada bab ini berisi metode analisis dan pengumpulan data yang digunakan untuk memenuhi dan memperkuat penulisan perancangan. Selain metode analisis dan metode riset desain, terdapat profil Brif's Smashburger, kompetitor, dan hasil analisis data yang diolah ke dalam bentuk *matriks* SWOT. Data tersebut digunakan sebagai acuan pada arahan kreatif dan penentuan solusi kreatif pada perancangan desain kemasan *take away* sebagai media *branding* untuk Brif's Smashburger.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjabaran serta pembahasan hasil dari proses kreatif dalam proses perancangan desain kemasan UMKM Brif's Smashburger. Tahap proses desain diawali dengan pengembangan ide melalui proses *mindmapping* untuk memetakan kata kunci, *moodboard* berisi penerjemahan kata kunci ke dalam bentuk gambar, sketsa kasar untuk mengeksplorasi visual, digital desain komprehensif, desain terpilih (*final artwork*), dan penerapan pada media turunan lain yang digunakan.

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir, berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang didapatkan dalam proses perancangan desain kemasan UMKM Brif's Smashburger dan saran yang bisa dijadikan sebagai referensi pada penelitian sejenis berikutnya.

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan kemasan *take away* yang telah dilakukan, beberapa hal dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan *take away* Brif's Smashburger ini menggunakan metode *mix method* dengan pendekatan metode riset *design thinking*. Pada metode tersebut, tahap yang dilakukan pertama yaitu tahap *emphatize* dengan melakukan wawancara dengan M Fajar dan Rafi sebagai pemilik usaha Brif's Smashburger untuk menggali *brand*. Observasi dilakukan langsung untuk mengamati kebiasaan membeli, Observasi juga dilakukan terhadap kompetitor pada lingkup bisnis yang sejenis melalui media sosial Instagram. *Survey* juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada target market Brif's Smashburger hingga didapat *consumer insight*. Data yang didapat pada tahap *emphatize* kemudian di analisis pada tahap *define* untuk menemukan permasalahan utama. Data diolah dengan menggunakan metode SWOT untuk menentukan strategi perancangan kemasan yang sesuai dengan permasalahan utama, lalu diolah dalam bentuk *creative brief*. Strategi perancangan yang telah didapat kemudian dipecahkan melalui pendekatan kreatif, diawali dengan menggunakan metode *brainstorming* pada tahap *ideate*. Teknik *mind mapping* dilakukan untuk mengembangkan kata pada *key message* dan *tone and manner* hingga didapat *key visual* yang sesuai, yaitu modern, *homemade* (rumahan), dan *authentic* (khas). Kata kunci yang didapat kemudian divisualisasikan ke dalam bentuk *mood board* yang mencerminkan gaya desain, meliputi ilustrasi *outline*, *solid filled*, objek *ingredients*, *layout* dinamis, hati, tangan, tipografi dekoratif *handwritten*, *sans serif*, warna *mandatory* biru, skema warna *triadic*, merah dan kuning. Selanjutnya dilakukan tahap sketsa kasar untuk mendapatkan gambaran tema *playful homemade*, *taste experience*, dan *ingredients bold*,



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

setelah itu dibuat 5 alternatif desain manual, lalu dipilih 3 menjadi desain komprehensif yang menggambarkan konsep secara lebih detail, lalu digital desain terpilih untuk dilakukan proses *prototyping*, yaitu untuk membuat model cetak dari desain yang terpilih. Pada tahap ini terdapat penyesuaian dan perbaikan terkait ukuran kemasan dan kesesuaian dengan desain *surface*. Hingga model cetak dapat dilakukan pengujian pada tahap *test* untuk menguji ketahanan, fungsi, dan kesesuaian visual dengan citra *brand*.

2. Penerapan konsep visual *surface* pada perancangan kemasan *take away* Brif's Smashburger menggunakan tema *Experience the Taste of Homemade* yang diimplementasikan pada penggunaan ilustrasi memasak untuk mewakili kesan *homemade*. Ilustrasi *chef* yang menyajikan burger secara langsung juga memberi kesan profesionalitas dalam menyajikan burger yang berkualitas. Selain itu, melalui elemen ilustrasi yang diaplikasikan dapat menciptakan kesan unik, *authentic*, dan membawa pesan tersirat berupa menyajikan kehangatan. Eksplorasi bentuk maskot pada *right side panel* memiliki konsep yang unik dan terkesan menarik, sedangkan pada *back panel* maskot digunakan untuk mendapatkan visual yang *playful*. Penggunaan warna kuning dan merah memberi sentuhan hangat dan ceria di tengah warna biru yang dominan. Penggunaan elemen simbolik hati yang tertuang pada asap dan bumbu menekankan perasaan tulus yang disajikan untuk setiap konsumen. Elemen teks yang *playful* dan unik dapat ditemukan pada *font* Drawen yang menggembung dan terlihat kreatif. Kesan modern dapat ditemukan pada penggunaan *font* Barlow. Sejalan dengan visual *surface*, konsep yang diterapkan pada struktur kemasan mengadaptasi bentuk rumah yang dimodifikasi sehingga dapat memaksimalkan kesan *homemade* dan mendapat kesan unik. Untuk memperkuat argumen, diperlukan referensi teori yang berkaitan dengan kemasan sehingga perancangan dilakukan secara terarah dan sesuai dengan keilmuan desain grafis. Teori yang digunakan meliputi, elemen warna, ilustrasi, tipografi, prinsip desain, material, dan model struktur kemasan. Teori yang digunakan membantu dalam menentukan konsep sehingga pesan *homemade* pada citra *brand* dapat tersampaikan dengan baik.



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. Hasil perancangan visual desain pada media utama diaplikasikan ke dalam media turunan berupa, *paper wrap*, *insulation bag*, *thankyou card*, dan label kemasan *box*. Penerapan elemen dan gaya desain yang sama memberikan kesan menyatu dan menekankan konsistensi desain pada media yang dipilih yaitu konsep *homemade*, *modern*, *authentic*, dan hangat.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan desain kemasan *take away* Brif's Smashburger yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Melihat potensi usaha Brif's Smashburger yang dapat terus berkembang, disarankan untuk menerapkan konsistensi visual yang dapat mengkomunikasikan citra *brand* pada kemasan *dine in*, *take away*, serta desain turunan di media sosial. Konsistensi ini penting dilakukan agar konsumen dapat mengenali dan mengingat merek melalui ciri khas yang ditampilkan dalam desain. Selain itu, penerapan desain yang mencerminkan citra identitas *brand* secara konsisten dapat meningkatkan *brand recognition* serta memperkuat *brand recall* karena telah tertanam dalam ingatan konsumen.
2. Untuk penelitian selanjutnya, pada perancangan desain kemasan ini dibutuhkan uji efektivitas atau evaluasi secara kuantitatif terkait kemasan *take away* sebagai media *branding*. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dampak kemasan yang mencitrakan *brand* terhadap peningkatan penjualan, minat beli, kepuasan konsumen, *brand awareness*, *brand recall*, dan *brand recognition* pada konsumen. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan terkait aspek strategi *visual storytelling* berperan dalam membangun hubungan emosional antara *brand* dengan konsumen.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR REFERENSI

- Ade, V., Gamal, M., Kusumah, W., & Han, A. (2023). *Peran Bisnis Kuliner UMKM dalam Perekonomian dan Inovasi Lokal* [Platform Blog]. kompasiana.com.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2018). *Packaging the brand: The relationship between packaging design and brand identity* (First ed). AVA Publishing SA. <https://doi.org/10.5040/9781350096516>
- Anggarini, A. (2021). *Layout Desain Publikasi: Eksplorasi Teks dan Gambar*. PNJ Press. press.pnj.ac.id
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2021). *Desain Komunikasi Visual, Panduan Untuk Pemula* (6th ed.). Penerbit Nuansa Cendekia.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Aulia, R., Swasty, W., & Nastiti, N. E. (2025). Penerapan Prinsip Desain pada Kemasan Oleh-Oleh Makanan Bandung. *Besaung*, 10(01), 117–133. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v10i1.4354>
- Burrahmad, M., Baihaqi, A., Sariyanto, D., & Iskandar1, E. (2020). Minat Masyarakat terhadap Usaha Delivery Order Produk Pertanian di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 71. <https://doi.org/10.20956/jsep.v16i1.8687>
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). Pengaruh Komunikasi Visual Desain Grafis Buku Mizan Terhadap Minat Baca Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.1.53-67>
- Clara, C. (2021). Pengaruh Desain dan Manfaat Kemasan terhadap Minat Pembelian FMCG. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 19(1), 01–24. <https://doi.org/10.32524/jkb.v19i1.109>
- Daud, R. F., Rosyid, D. F., Rachmawati, I., & Khodijah, T. (2024). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Brand Awareness Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kota Cirebon. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(4), 837–845. <https://doi.org/10.36312/linov.v9i4.2191>
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi.



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

Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya, 2(01), 9–13.
<https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.150>

Doorley, S., Holcomb, S., Klebahn, P., Segovia, K., & Utley, J. (2018). *Design Thinking Bootleg*. [dschool.stanford.edu](https://dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg).
<https://dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg>

Dwiputra, Y. K., & Aryani, T. N. (2021). Analisis Pengaruh Ilustrasi pada Kemasan “Kemripik” terhadap Minat Beli Alumni SMA PL Servasius Bekasi. *TUTURRUPA*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3114>

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., & Nadya, N. (2018). Analisis Desain Kemasan Mi Instan Edisi Khusus Indomie Tempodoloe. *Titik Imaji*, 1(1).
<https://doi.org/10.30813/.v1i1.1087>

Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>

Fadiah, S. N. & Satriadi. (2024). Peran Warna dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 3(2), 126–134.
<https://doi.org/doi.org/10.26858/p.v3i2.62470>

Fajarati, L. (2024). *Orang Indonesia “Doyan Jajan”, Rata-Rata Pengeluaran Makanan Minuman Jadinya Tertinggi dalam Seminggu* [Statistik]. [goodstats.id](https://data.goodstats.id/statistic/orang-indonesia-doyan-jajan-rata-rata-pengeluaran-makanan-minuman-jadinya-tertinggi-dalam-seminggu-sqMQL).
<https://data.goodstats.id/statistic/orang-indonesia-doyan-jajan-rata-rata-pengeluaran-makanan-minuman-jadinya-tertinggi-dalam-seminggu-sqMQL>

Fitriani, N. (2025). *Imlek: Momentum yang Menggerakkan UMKM Jabar* [Statistik]. <https://opendata.jabarprov.go.id/>.
<https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/imlek-momentum-yang-menggerakkan-umkm-jabar>

Gopinathar, P., Prabha, Ga., & Ravichandran, Dr. K. (2016). The Role of Packaging in Manufacturing – A Brief Understanding. *IOSR-JBM*, 18(12), 1–7.
<https://doi.org/10.9790/487X-1812010107>

Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter. *Jurnal DKV Adiwarna*, 11(1).



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

- Hani, G., & Heryanto, N. Y. (2021). Aplikasi Makna dan Skema Warna Herman Cerrato dalam Perancangan Desain Karakter pada Konsep Visual FBI vs CIA. *Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual*, 2, 630–636.
- Hartanto, S., Yuwono, E. C., & Soewito, B. M. (2015). Perancangan Desain Kemasan Produk Homemade Pie ”391” Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 4(2).
- Hidayah, L. R., Rahmadiva, A. S., Shannen, S., & Pratista, T. A. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Inzaghi, A. A. A., & Patria, A. S. (2021). Analisis Elemen Visual pada Desain Kemasan Permen Kopiko “Coffee Candy.” *Jurnal Barik*, 2(3), 188–201.
- Jaystar, P. (2024, June 20). *Kekuatan Easy-Open Tear Strips: Meningkatkan Pengalaman Konsumen dan Nilai Merek* [Company Website]. <http://id.jaystar-packaging.com/>. id.jaystar-packaging.com/news/the-importance-of-tear-strips-on-cardboard-packaging/
- Jesslyn, Yudani, H. D., & Malkisedek, M. H. (2021). Analisa Peranan Redesain Visual Kemasan Obat Kulit 19 Dalam Membangun Citra Produk. *Jurnal DKV Adiwarna*, 10(2).
- Junaedi, D., & Blues Tanos, J. J. (2019). Komposisi Warna Split Komplementer untuk Penciptaan Lukisan Lanskap Cat Air. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 22(2), 95–106. <https://doi.org/10.24821/ars.v22i2.2943>
- kdslabel. (2025). *Warna Label Kemasan: Psikologi di Balik Keputusan Membeli* [Corporate Website]. kdslabel.co.id. <https://kdslabel.co.id/id/berita/detail/warna-label-kemasan-psikologi-di-balik-keputusan-membeli>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (Second edition). Wiley.
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Anggoro, D., Septiana, F., Ks, D. D. Y., Firmansyah, R. A., & Janati, I. Q. (2024). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede. *Sinar Sang Surya (Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 8(2), 69–82. <https://doi.org/id>
- Maricar, R., Naharuddin, A., & Rosmiati, R. (2023). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kinerja Produk Usaha Kecil Menengah. *JURNAL*



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ADMINISTRASI KANTOR, 11(1), 101.
<https://doi.org/10.51211/jak.v11i1.2360>

Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan Brand Image Kopi Good Day Pada Minat Beli Konsumen. *Journal of Visual Communication Design*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.17509/finder.v1i1.34054>

Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi Jurnal Seni*, 9(2), 127–136.

Nurkariani, N. L., & Kurniantara, G. Y. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *ARTHA SATYA DHARMA*, 15(1), 27–32. <https://doi.org/10.55822/asd.v15i1.238>

Pramesti, R. D., Anggarini, A., & Salma, L. (2023). Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen. *SNIV: SEMINAR NASIONAL INOVASI VOKASI*, 2(1).

Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 05(1), 11–19. <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1086>

Pressman, A. (2019). *Design thinking: A guide to creative problem solving for everyone*. Routledge.

Priscillya, F., Harsanto, P. W., & Milka, R. (2019). Perancangan Kemasan Derotee Pondok Oleh-Oleh Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 8(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/8690>

Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>

Ramadhina, R., & Ilyas, D. M. (2020). Analisis Desain Kemasan Mi U.F.O Nissin Food. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 2(01), 55–64. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.154>

Risepack. (2023). *Kemasan Food Grade yang Baik untuk Berbagai Produk Makanan* [Company Website]. [risepack.id](https://risepack.id/jenis-kemasan-food-grade-yang-cocok-untuk-berbagai-produk-makanan/). <https://risepack.id/jenis-kemasan-food-grade-yang-cocok-untuk-berbagai-produk-makanan/>

Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jurnal Ilmiah Pangan Halal, 6(1), 30–38.
<https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>

Samuddin, S. F., Lahi, B., & Toalib, R. (2018). *Sosialisasi Pentingnya Menjaga Mutu dan Daya Pikat Kemasan Produk*. 1(2).

Saputro, E. A., Putra, A. Y. T., & Pratama, A. (2024). Pelatihan Fungsi Packaging dan Maskot dalam Membangun Image Brand untuk Bisnis F&B dengan Dekaka Shop. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 5(1), 39–46.

Sari, B. P., & Zulfikar, R. (2024). Eksplorasi Visual Citra Daerah: Pengembangan Desain Kemasan sebagai Ekspresi Brand Identity pada Produk Boss Oleh-Oleh. *JURNAL TANRA*.
<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/7946/Content7946.pdf>

Sari, N. L. D. I. D. (2013). Elemen Visual Kemasan sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 6(1), 43–52.

Sari, Y. M., & Sihombing, R. M. (2021). Analisis Visual Desain Buku Ilustrasi Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. *BHAGIRUPA*, 1(1), 9–16.

Siswanto, Sputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194–201.

Soerabaja45. (2022). *Yuk, Mengenal Wrapping Paper!* [Website Bisnis]. [soerabaja45.co.id. https://soerabaja45.co.id/yuk-mengenal-wrapping-paper-si-pelindung-makanan/](https://soerabaja45.co.id/yuk-mengenal-wrapping-paper-si-pelindung-makanan/)

Sulistiono, S., Mulyana, M., & Firmansyah, M. F. (2020). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87–94. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.512>

Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>

Thejahanjaya, D., & Yulianto, Y. H. (2022). Penerapan Psikologi Warna dalam Color Grading untuk Menyampaikan Tujuan di Balik Foto. *Jurnal DKV Adiwarna*, 11(1).

Tjandra, S. J., & Yuwono, E. C. (2022). Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis. *Jurnal*



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DKV

Adiwarna,

11(1).

<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12276>

Utami, M. P. (2020). Penggunaan Material pada Kemasan Olahan Makanan Produk UMKM di Semarang. *TUTURRUPA*, 3(1), 22–27.

Utoro, P. A. R., Palupi, N. P., Andriyani, Y., Marwati, M., Rachmawati, M., Hardi, E. H., Diana, R., & Susmiyati, H. R. (2023). Strategi Desain Label Kemasan dan Positioning Produk UMKM Kawasan Ekosistem Mangrove di Desa Tengin Baru. *ABDIKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Mulawarman*, 2(1), 50–55. <https://doi.org/10.32522/abdiku.v2i1.518>

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.

Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

yorksaw. (2020). *What Are Perforations? | What Are They & How They're Made* [Company Website]. Yorksaw.Com. <https://www.yorksaw.com/what-are-perforations/>

Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>

Zulfikar, R., Ahmad Ade Nugraha, & Adelia. (2023). Design Thinking sebagai Metode Perancangan Logo Perayaan Ulang Tahun Kota Makassar 416 Tahun. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 8(2), 239–253. <https://doi.org/10.25105/jdd.v8i2.17638>



LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Pembimbing 1 Materi [1]

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA : Paramita Putri Arini			
NAMA PEMBIMBING : Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds			
JUDUL TUGAS AKHIR PERANCANGAN KEMASAN TAKE AWAY SEBAGAI MEDIA BRANDING UNTUK BRIFFS SMASHBURGER			
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	26 Februari 2025	Fokus masalah pada latar belakang kurang tepat sehingga perlu merubah tujuan pada fokus masalah yang diangkat. Ada yang perlu diubah pada penjelasan proyek	Merevisi fokus masalah pada latar belakang meliputi: 1. Mengubah yang semula "fungsi kemasan sebagai pelindung produk" menjadi lebih fokus pada kemasan kurang mencitrakan brand karena tidak ada identitas brand sehingga mengurangi potensi promosi merek 2. Kemudahan mengkonsumsi produk secara langsung dari kemasannya di mana hal tersebut akan mempengaruhi citra positif brand bagi konsumen. Merevisi penjelasan proyek: Tidak lagi memerlukan paper wrap berukuran besar yang membungkus produk didalam kemasan box sekunder akan tetapi diubah sesuai ukuran produk yang berfungsi sebagai alas.
2	06 Maret 2025	Revisi minor pada beberapa kalimat di BAB I (rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, dan tujuan), menghilangkan topik pembahasan awareness	Sudah direvisi pada saat bimbingan berlangsung. Melanjutkan BAB II.
3	13 Maret 2025	Kerangka teori yang telah dibuat harus diubah ke pembahasan makro/mikro yang lebih sesuai dengan judul saat ini "Kemasan sebagai Media Branding". Tidak membahas branding secara luas tapi langsung merujuk pada branding dalam packaging.	Revisi Kerangka Teori dan Mengisi Teorinya: 2.1 Branding pada Kemasan Berisi narasi tentang apa itu branding pada kemasan (statement bahwa branding dan kemasan tidak dapat dipisahkan). Branding tidak hanya melalui visual surface tetapi termasuk bentuk/struktur/material. 2.2 Kemasan 2.3 Desain Kemasan Elemen : warna (pentingnya warna pada kemasan yang dapat mencitrakan brand) 2.4 Design Thinking
4	20 Maret 2025	Bimbingan kerangka BAB 2 poin 2.1 - 2.3. Melengkapi dulu teori yang masih belum ada	1. Melengkapi BAB 2 2. Wajib menambahkan tujuan desain kemasan berdasarkan teori tujuan desain kemasan (Mantra Kemasan Juara) pada BAB 1 di paragraf permasalahan klien.
5	28 Maret	Bab 2: - Elemen warna: tidak perlu pakai teori skema warna, karena sudah memiliki brand color sebaiknya berikan teori konsistensi penggunaan warna brand pada kemasan - Menambahkan teori perforasi pada kuncian kemasan, menambahkan material wrapping paper karena akan digunakan pada perancangan nanti - Pada prinsip ditambahkan teori implementasi prinsip desain pada kemasan Bab 3: - Penggunaan metode penelitian dan merancang kuesioner	mencari teori konsistensi warna, material kemasan, penerapan prinsip desain pada kemasan. Memulai bab 3 (Metode penelitian & Merancang kuesioner dan mengajukan asistensi secara kontinu untuk bisa disebar)
6	10 April 2025	Bab 3 masih belum lengkap, tapi sudah oke hingga poin profil klien	Melengkapi berdasarkan arahan pembimbing
7	11 April 2025	Terdapat beberapa poin pada Matriks SWOT yang harus diperbaiki kalimatnya	Memperbaiki kalimat dan melengkapi yang kurang hingga mendapat acc untuk diajukan proposal
8	2 Mei 2025	Moreview revisi penulisan berdasarkan SEMPRO dan pengarahannya BAB 4 & 5	Melanjutkan revisi yang didapat berdasarkan penilaian SEMPRO
9	8 Mei 2025	- Review hasil revisi - Review mindmap, kata kunci yang dipilih masih belum jelas dan rancu ingin menyampaikan atau menggambarkan apa - Perlu tambahan teori skema warna pada elemen warna sebagai justifikasi	Merevisi berdasarkan arahan pembimbing

- 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 mengumunkan 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

Lampiran 2 Lembar Bimbingan Pembimbing 1 Materi [2]

10	22 Mei 2025	- Review hasil revisi mindmap dan moodboard - Arahan pada tahap selanjutnya diperlukan 2 alternatif sketsa struktur, 1 sketsa mockup struktur, 5 alternatif sketsa manual, dan 3 desain komprehensif	Mengerjakan tahapan proses desain sketsa berdasarkan key visual terpilih
11	2 Juni 2025	- Mengajukan perubahan mindmap dan visual moodboard yang lebih menjurus dan key visual yang dipilih lebih sesuai dengan tone and manner - Terpilih sketsa alternatif struktur 1 dan rencana bentuk paper wrap karena lebih sesuai dengan kebutuhan dan tujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam mengonsumsi produk secara langsung dari kemasannya	Melanjutkan sketsa kasar dan 5 alternatif sketsa manual
12	5 Juni 2025	Sketsa 1 dan 3 dipilih karena sesuai dengan konsep, sedangkan alternatif ketiga perlu dicombine antara alt 2 dan 4 karena pada fasad belakang alt 2 tidak menyatu dengan pesan yang ingin disampaikan dengan fasad depan dan samping, maka fasad belakang diambil dari alt 4	Melakukan digitalisasi desain komprehensif berdasarkan alternatif terpilih dan arahan dosen pembimbing
13	13 Juni 2025	- Alternatif digital komprehensif 2 dipilih berdasarkan tone and manner/key message yang sejalan dengan konsep dan memiliki story telling yang berkaitan. - Catatan perbaikan: - Logo kurang terlihat - Fasad atas diganti dengan ilustrasi yang menggambarkan ingredients - Menambahkan lingkaran pada varian agar informasi tidak terhalang coretan, tidak rancu, dan coretan tidak menimpa tampilan surface	Merevisi desain terpilih, mengaplikasikan kedalam bentuk mockup digital, membuat poster ilmiah
14	16 Juni 2025	- Review mockup digital kemasan - Pada poster ilmiah perlu ditambah sitasi, SWOT yang dicantumkan berdasarkan strategi yang sudah disusun, tiap tahapan proses desain diberi penjelasan singkat, consumer insight perlu ditampilkan, dan tampilan mockup digital harus lebih besar dan jelas. - Arahan indikator yang harus ada pada saat dilakukan testing: kemudahan membuka dan menutup kemasan, kemudahan disimpan dan dibawa, kemudahan dan kenyamanan penggunaan produk, kekuatan kemasan, dan kesan yang ditangkap oleh konsumen untuk poin surface untuk mengukur kesesuaian persepsi konsumen dengan tone and manner	Melakukan testing berdasarkan indikator dan melanjutkan penulisan ilmiah
15	25 Juni 2025	Penulisan keywords/keyvisual terpilih pada mindmap yang semula tabel, dirubah kedalam penjabaran poin singkat sehingga tidak memakan banyak ruang kosong. Banyak gambar yang belum dilampirkan sehingga masih belum lengkap. Pada media pendukung belum dituliskan sehingga belum ada gambaran	Revisi sesuai arahan pembimbing
16	26 Juni 2025	Poin penjelasan testing yang tidak sesuai dihapus saja, pertanyaan yang ada pada tabel testing itu adalah pertanyaan dari konsumen bukan indikator pertanyaan, penjelasan elemen dan prinsip itu ada di FAW bukan di desain terpilih, mockup pada media pendukung (label) diganti yang lebih bagus, pertimbangan produksi usahakan semua media terdapat estimasi harga.	Revisi sesuai arahan pembimbing

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

NEGERI
JAKARTA



Lampiran 3 Lembar Bimbingan Pembimbing 2 Teknis

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Paramita Putri Arini	
NAMA PEMBIMBING		MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H.	
JUDUL TUGAS AKHIR		PERANCANGAN KEMASAN TAKE AWAY SEBAGAI MEDIA BRANDING UNTUK BRIFS SMASHBURGER	
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	14 Maret 2025	BAB 1 -Paragraf terakhir pada BAB 1 Latar Belakang masih membuka opini sehingga belum mengerucut pada masalah (konsep segitiga terbalik) -Menyeragamkan penempatan sitasi (pada akhir kalimat). -Penggunaan huruf miring pada kata asing. -Penempatan awalan poin/sub-bab pada penulisan perlu diperbaiki (1.4.1 -> a, b, c) -Membenahi kalimat-kalimat yang kurang efektif -Pada poin sistematika penulisan (kalimat harus dibunyikan sesuai dengan apa yang dijabarkan pada bab-bab yang dirancang sehingga tidak terlihat seperti bahasa template, contoh pada poin bab 2 dimasukkan kerangka teorinya dan diambil dari sumbernya apa aja, buku, jurnal, dll)	Mengerucutkan paragraf terakhir menjadi satu kalimat akhir yang menjurus pada permasalahan dan solusi, Memperbaiki kalimat pada penempatan sitasi di awal kalimat menjadi sitasi di akhir kalimat agar seragam, Memperbaiki kalimat yang kurang efektif menjadi lebih efektif, memperbaiki format penulisan poin pada sub-bab, memiringkan kata asing, dan memeriksa secara detail format penulisan.
2	11 April 2024	BAB 1 terdapat kalimat yang kurang efektif BAB 2 terdapat penataan tulisan yang masih berantakan BAB 3 terdapat paragraf pada sub-bab yang masih terlalu panjang	Langsung dibenahi hari ini dan terdapat beberapa poin yang masih dapat disesuaikan setelah sempro terutama di BAB 2
3	01 Juli 2025	Sistematika penulisan sudah baik, akan tetapi pada penomoran a,b,c, det tidak perlu di bold. Perlu ditambah kalimat pengantar pada setiap sub-bab sebelum menjurus pada poin pembahasan. Revisi awal kalimat pada simpulan. Revisi pada saran untuk penulis selanjutnya	Langsung dibenahi sesuai arahan dosen pembimbing
4			
5			
6			
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

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 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 4 Hasil Transkrip Wawancara dengan Owner Brif's Smashburger

Transkrip Wawancara dengan Pemilik Usaha 15 Februari 2025

M: Mita

F: Fajar

M: Boleh di ceritain ga sih mas, kapan dan gimana Brif's ini bisa berdiri dan lanjut sampe sekarang?

F: Jadi tuh awalnya tahun 2023, temen aku Rafi kebetulan lagi ngambil sertifikasi surveyor di Bandung dan aku juga kuliahnya di Telkom bandung. Nah, karena dia juga pelantikannya di kanwil Bandung kita jadi sering main bareng sama si Iqbal juga. Kita sering tuh kulineran, pas banget waktu itu lagi rame tuh BMB, nah akhirnya kita cobain, rasanya emang enak. Terus kita akhirnya putusin buat coba kulineran yang luas tapi fokusnya di burger. Dari situ kita bertiga mulai hunting-hunting burger di Bandung, kita coba kaya Five Monkey, Bomber, Brother Jonn, Woodfire tuh kita cobain deh macem-macem burger disana. Nah, terus setelah kita banyak referensi kita coba lah iseng bikin burger, memang awalnya fail. Terus coba datang ke tempat burger lain lagi, dari situ kita terus coba kembangin resep. Akhirnya, kita pertama kali open stand di Pakansari, di Laga Tangkas, soalnya kebetulan ditawarkan temenku yang nawarin ada stand kosong. Pake barang-barang yang ada dan desainnya pun ya coba-coba desain sendiri. Dari situ ternyata responnya lumayan bagus, tapi kita juga evaluasi dari masukan-masukan yang kita dapet buat kembangin produk. Sampe akhirnya kita jualan setiap hari sabtu sambil masih nyari-nyari resep, sampe kita ngerasa produk kita oke akhirnya kita mulai jualan tiap hari.

M: Bedanya brand Brif's ini dengan brand burger-burger homemade lain yang ada di bogor?

F: Dari segi rasa sebenarnya kita ada di resep garlicnya, itu gak banyak ada yang bikin saus garlic kaya gitu. Dari pattynya juga, kita tuh lebih mengarah pada tipe smash burger jadi ada krispinya tapi juicynya juga tete pada. Kita juga kembangin bumbunya buat di meatnya supaya ga hanya salt pepper doang tapi biar ada rasa



© 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

rempah yang lebih kaya. Sama bun yang kita pake lebih lembut terus kita juga kerjasama gitu sama vendor tapi ya masih home industry yaaa rumahan gitu jadi kita bisa request sesuai apa yang jadi kebutuhan kita gitu. Terus yang lainnya, kita juga punya storytelling yang beda, kita rangkul banget tuh konsumen, kita denger kritik mereka terus bikin mereka nyaman biar kesannya homey gituu.

M: Selama ini ada ga mas permasalahan yang dialami?

F: Kalo permasalahan sih sebenarnya kita bertiga gada background tata boga dan desain tapi kita emang seneng belajar sih. Jadi dari awal kita coba-coba semua sendiri.

M: kalo yang berkaitan sama desain gitu mas? Atau kemasan? Soalnya aku kan mengamati ya kalau kemasan Brif's ini masih sederhana apalagi untuk yang take away..

F: Kalo kemasan sih memang kita ada rencana kedepannya cuma belum tau kapannya karna kan juga sambil lihat kondisi kan ya, jadi memang kita masih pake paper wrap yang dijual gitu yang ada... Oiya, pernah tuh kita terima pesenan buat pemda, yaa jumlahnya besar tapi kemasan kita kan masih seadanya gini ya cuma pake paper wrap yang ada terus yaa gitu aja. Jadi, aku sih ngerasanya ya jadi kaya kurang proper aja yaa, soalnya kan bisa jadi ini peluang juga kan orang kenal sama burger kita. Soalnya kan kalo yang kaya gitu dari segi harga kan beda yaa dari yang regular jadi yaa paling kalo yang menyangkut kemasan sih disitu.

M: Kalo dari Brif's ini sendiri ada ga sasaran market atau konsumennya?

F: Kalo dari itu sih, karna kita kan ini yaa pengennya tuh bener-bener punya kesan homey kita sih nyasarinya ya ke semua penikmat kuliner burger lokal gitu semua umur, tapi kita semenjak naik video-video review dari temen-temeb dan ternyata respons yang kita dapet baik kita targetin produk kita tu ke anak-anak muda lah gen z yang masih sekolah sama ya paling umur-umur 30-an keatas gitu yang udah kerja. Tapi ya kita open ke semua kalangan. Nanti detail lain-lainnya bisa lanjut kali yaa lewat dm yaa.

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Dokumentasi Klien/Outlet Usaha

Brif's Smashburger, Bumi Cibinong Endah, Blok E2 No.28, Sukahati, Cibinong, Bogor Regency, West Java 16913





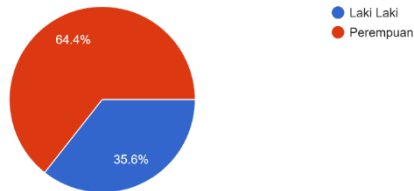
Hak Cipta :

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

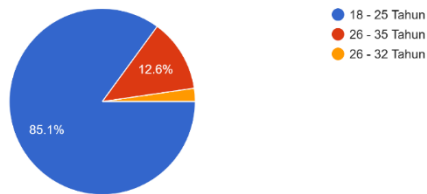
Lampiran 6 Hasil Survey melalui Kuesioner Google Form

Hasil Kuesioner untuk *Consumer Insight*

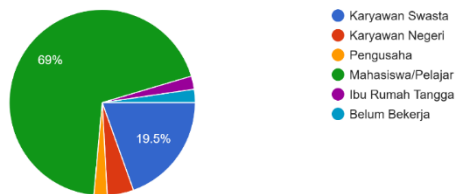
Jenis Kelamin
87 responses



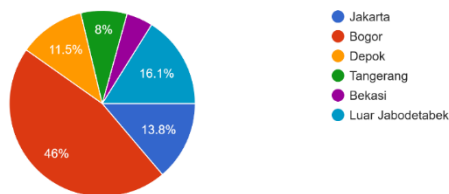
Usia
87 responses



Pekerjaan
87 responses



Domisili
87 responses



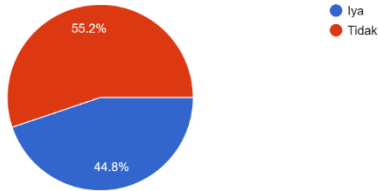


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

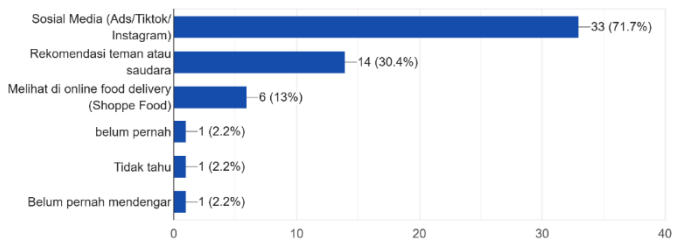
Hak Cipta :

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

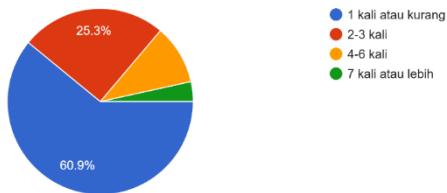
Apakah anda pernah mendengar atau mengetahui brand umkm lokal BRIF'S Smashburger?
87 responses



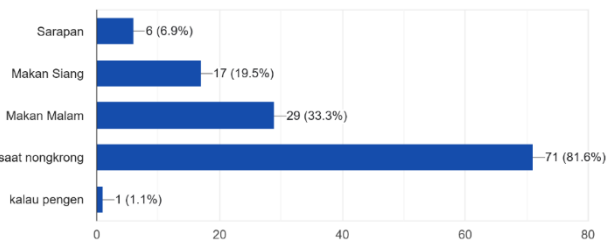
Jika jawaban anda "Iya", darimana informasi tersebut didapatkan?
46 responses



Seberapa sering Anda mengonsumsi burger dalam satu bulan?
87 responses



Kapan biasanya Anda mengonsumsi burger? (Boleh pilih lebih dari satu)
87 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

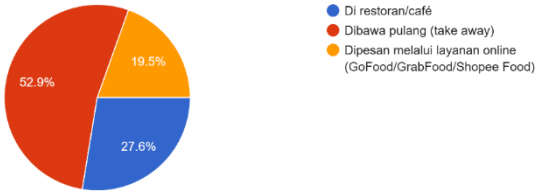
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

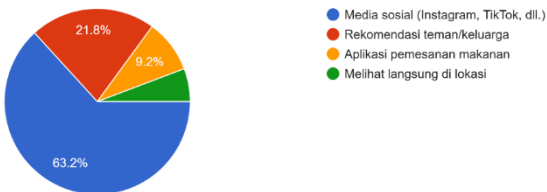
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

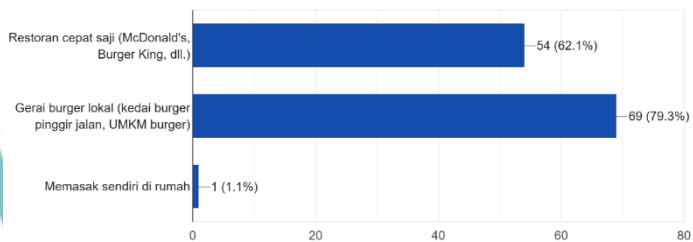
Di mana Anda biasanya mengonsumsi burger?
87 responses



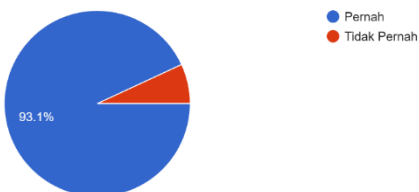
Dari mana Anda biasanya mengetahui tempat makan burger baru?
87 responses



Berdasarkan pengalaman Anda, di mana Anda biasanya membeli burger? (Boleh pilih lebih dari satu)
87 responses



Apakah anda pernah kesulitan untuk memakan burger langsung dari kemasannya?
87 responses





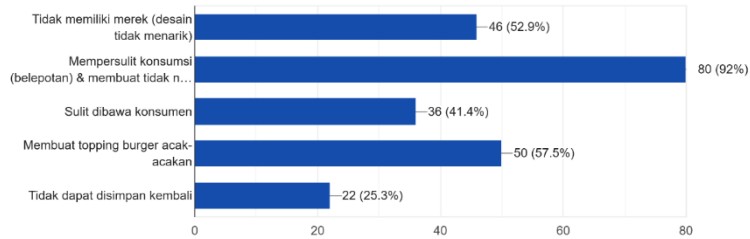
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

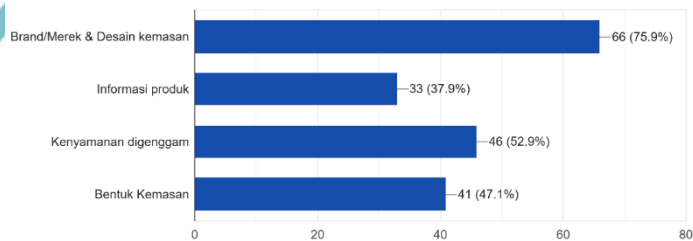
Jika iya, menurut Anda apa yang membuat kemasan burger tidak nyaman/baik bagi konsumennya (bisa pilih lebih dari 1)

87 responses



Dari pengalaman anda, apa yang anda perhatikan lebih dahulu ketika melihat sebuah kemasan (bisa pilih lebih dari 1)

87 responses



Pernahkan anda menemui kesulitan dalam mengonsumsi produk burger saat dine-in/take away? Ceritakan pengalaman anda:

87 responses

- rentan sobek.
- Kemasan yang cepat rusak tidak bisa digunakan kembali pada saat produk belum habis, ingin menyimpannya tetapi tidak bisa
- pernah take away burger, pas sampe rumah isian burgernya ga rapi/ga nyatu jd harus disusun sendiri lg
- Iya, pernah pas makan di tempat, kertas pembungkusnya terlalu kecil jadi susah megang burgernya
- kalo kesulitan jarang si kalo aku tapi kadang desainnya terkesan murahan, jadi kesannya kayak burger murahan juga, padahal rasanya enak.
- Take away burger blenger harus keluar dari kemasan karena dia isinya memang banyak, terutama sausnya. Makanya selalu take away buat di rumah.
- sulit karena burger terlalu besar dan juga packagingnya tidak membantu kita untuk makan, misal tidak ada lapisan tisu/papersheet untuk menggenggam, hanya kotak saja, juga tidak diberikan alat makan untuk burger yang besar

Sering kesulitan pegang burger pas takeaway karena kemasannya gampang sobek

kemasan burgernya nggak ada penutup atas, jadi kurang higienis pas dibawa pulang

Burger jadi berantakan

Pernah banget. Waktu itu beli burger buat dibawa pulang, pas sampai rumah rotinya udah agak lembek karena uap panasnya nyerap ke kertas bungkus. Pas dimakan juga agak berantakan, sausnya netes ke mana-mana, jadi harus siapin tisu banyak. Enak sih, tapi makannya harus ekstra hati-hati biar nggak belepotan.



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Saat dibawa, burger tampak berisiko jatuh karena kemasan tidak aman

Burger yang saya konsumsi mengotori kerudung saya karena kemasannya tidak melindungi bagian lain dari burger tsb

Susah dibawa kemana-mana dan kadang isinya berantakan

Burger terlalu besar untuk mulut kwkakakk, belepotan king

Iya, pernah. Kadang kalau beli burger take away (ini case-nya kalau beli scr langsung), apalagi cuma satu, bungkusnya cuma kertas dan agak ribet bukaaaa segelnya suka nyempil, terus pas dibuka isinya udah belepotan. Kalau dimakan sambil jalan atau di kendaraan juga ribet, kertasnya gampang sobek dan sausnya kemana-mana. Jadi makan burger-nya jadi nggak praktis 😞

Kemasan yang mudah rusak atau membuat produknya berantakan

Kemasan yang tidak bisa digunakan kembali saat mengonsumsi burger ingin disimpan kembali

Pernah, beli burger di stasiun. Susah buat dimakan tanpa harus nyentuh burgernya pdhl tgn kotor krn kemasannya g support buat makan burger tanpa harus bersentuhan langsung dengan tangan.

Iya banget! Sering banget roti atasnya geser-geser sendiri karena kemasan longgar

pernah, saat hendak memakan produk, justru kemasannya susah di buka, dan saat di tarik justru membuat topping di dalamnya berantakan

pernah, pas mesen buat di makan di mobil, cuman karena burger yg dipesen itu bentuk nya agak besar jadi makan nya agak susah, ditambah plastik nya yg gampang banget robek, jadinya berantakan deh

Pernah dimana kemasannya kurang berfungsi sehingga membuat makan saya berantakan

Tidak terlalu punya kesulitan, tp terkadang jika take away dan tidak langsung di makan. saos dari burger sering kali tumpah2 sehingga mengenai kemasan dan tangan saat dipegang.

Waktu itu saya pernah membeli burger melalui layanan online, kemasannya menarik tapi menggunakan bentuk kemasan burger pada umumnya (yang buka tutup) karena porsinya cukup besar saya kebingungan cara makannya kalau pakai tangan belepotan dan buat jari pedas karena bumbunya, tapi kalau mau makan pakai alas kemasannya juga tidak memungkinkan karena bentuk kemasannya tidak mendukung, akhirnya saya makan burger pakai sendok.

Kadang bungkusnya bikin burger ketekan, jadi bentuknya udah nggak menarik pas mau dimakan

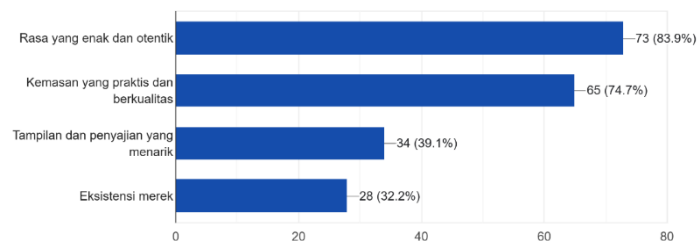
Nggak ada logo atau info isinya, jadi bingung kalau beli banyak dan isinya beda-beda

kesulitannya sering belepotan toppingnya kalo digigit

Sering sih kalau takeaway, kertasnya nempel ke rotinya dan susah dilepas

Menurut Anda, apa yang paling penting dalam memilih burger? (Boleh pilih lebih dari satu)

87 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

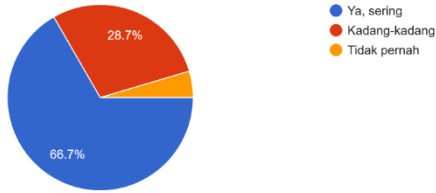
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

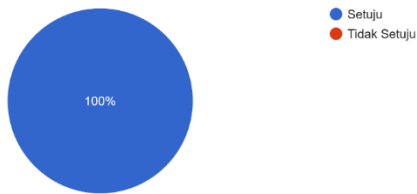
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

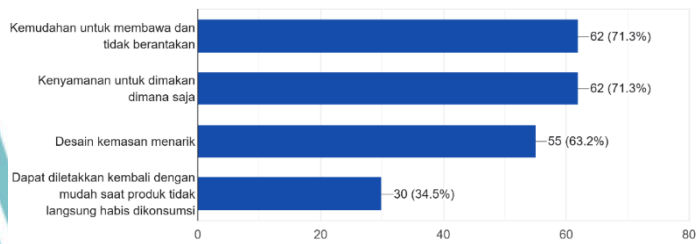
Apakah Anda cenderung membagikan foto makanan di media sosial jika kemasannya menarik?
87 responses



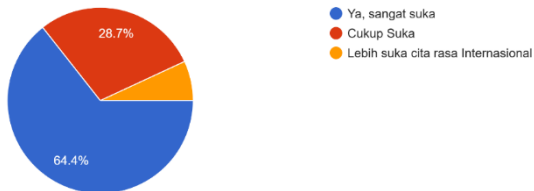
Apakah merek yang tercantum pada kemasan dapat membantu konsumen dalam mengingat produknya?
87 responses



Apa yang anda harapkan dari kemasan take away produk burger? (boleh pilih lebih dari 1)
87 responses



Apakah Anda lebih menyukai burger dengan bahan dan cita rasa khas lokal dibanding burger dengan konsep internasional?
87 responses



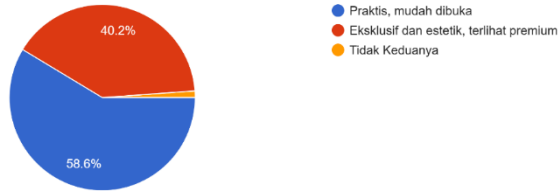


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

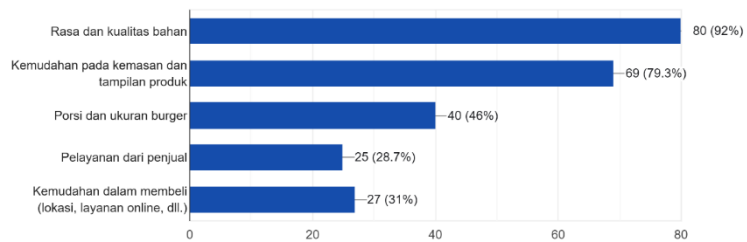
Hak Cipta :

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

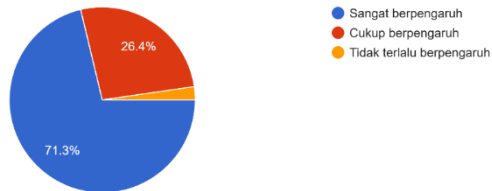
Apakah Anda lebih suka kemasan burger yang
87 responses



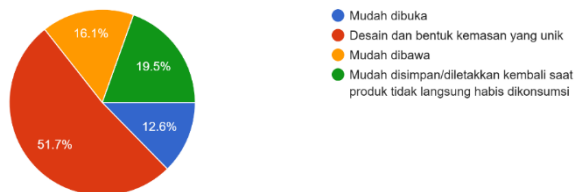
Apa faktor utama yang paling memengaruhi keputusan Anda dalam membeli burger? (Pilih maksimal 3)
87 responses



Seberapa besar pengaruh kenyamanan kemasan dan desain kemasan terhadap keputusan Anda membeli burger?
87 responses



Dari kemasan take away yang sudah anda lihat sejauh ini. Kemasan apa yang paling menarik perhatian anda?
87 responses





© 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

Menurut anda, kemasan yang ideal untuk sebuah produk burger itu seperti apa?

87 responses

Yang memiliki inovasi berupa bagaimana caranya burger saat dimakan saus atau toping tidak jatuh ke tanah atau lantai, jadi ada seperti wadah gitu, terima kasih
kemasannya yang praktis dan desain yang menarik.
Kemasan yang menarik, kemasan bisa digunakan kembali jika produk belum habis, kemasan yang memiliki tampilan citra merek, mudah dibuka dan mudah digunakan
kemasan yang mudah di bawa ke mana mana (penting untuk take away), mudah dibuka dan di tutup.
yang bisa "nge-hold" tumpukan isian burgernya jd ttp rapi walaupun take away, sama yang bisa ditutup lagi klo ga abis
Kemasan kertas yang lebih besar dengan logo usaha, dan bisa dibuka lebar biar gampang pegang burgernya
yang kalau dilihat sama orang, ohh ketahuan ini burger dari daerah ini looo
Menurutkuu, kemasan burger yang ideal itu harus gampang dibuka tapi tetap aman, jadi isinya nggak belepotan ke mana-mana. Enaknya sih ada pegangan atau tempat pegang gitu hehee, biar tangan nggak langsung kena saus atau minyak. Harus praktis buat dimakan langsung tanpa perlu piring atau alas tambahan. Terusss desain dan bentuk kemasannya unik dari yg lain.
Kemasan yang berfungsi seperti tahan akan minyak atau lainnya dan dengan branding design untuk daya tarik konsumen pada produk tersebut
Kemasan yang bisa digunakan kembali saat sedang mengonsumsi burger yang tidak habis, memiliki tampilan yang menggambarkan citra merek, kemasan yang menarik
kemasan yang bagus itu harus kuat dan sesuai ukuran biar isian nya nggak berantakan. sama ada lubang kecil supaya uap panas bisa keluar, jadi rotinya nggak lembek. selain itu juga bahannya ramah lingkungan dan desainnya menarik, itu jadi nilai plus
Menurut aku, kemasan burger yang ideal tuh yang bisa jaga bentuk burgernya tetap rapi, tapi nggak bikin rotinya lembek. Bahan kertas yang agak tebal dan ada ventilasi udaranya mungkin bisa bantu biar uap panasnya nggak ngendap. Terus enak juga kalau gampang dibuka dan bisa dijadikan alas makan sekalian, jadi nggak perlu ribet cari piring atau tisu banyak. Kalau desainnya keren juga, jadi makin menarik buat difoto dulu sebelum dimakan.
Kemasan ideal untuk burger harus fungsional, menarik, dan ramah lingkungan. Desainnya menjaga burger tetap hangat, anti bocor, mudah dibuka, dan terbuat dari bahan food-grade serta biodegradable. Secara visual, tampilkan identitas brand, informasi penting, dan desain menarik. Ukurannya harus pas dan disesuaikan dengan variasi menu. Kemasan yang baik melindungi produk sekaligus memperkuat pengalaman konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Dokumentasi Testing

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: old:3618:102548392

4% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

4% Internet database

1% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
2	123dok.com	<1%
	Internet	
3	Aminullah, Siti Kamilah Salsabilah. "Studi Sistem Pengemasan dan Pe...	<1%
	Crossref	
4	docplayer.info	<1%
	Internet	
5	husniwabula.blogspot.com	<1%
	Internet	
6	repository.its.ac.id	<1%
	Internet	
7	geograf.id	<1%
	Internet	
8	jurnal.pnj.ac.id	<1%
	Internet	



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

[RESUME]

GRAPHIC DESIGNER

PARAMITA
PUTRI ARINI



PHONE
089662597143

EMAIL
paramita.ar@gmail.com

PROFILE SUMMARY

CREATIVE AND DETAIL-ORIENTED GRAPHIC DESIGNER SKILLED IN BRANDING, DIGITAL ILLUSTRATION, TYPOGRAPHY, AND PACKAGING. DEDICATED TO CREATING IMPACTFUL VISUALS THAT ENHANCE BRAND IDENTITY AND USER ENGAGEMENT.

SKILLS

- TYPOGRAPHY & LAYOUT
- BRANDING & IDENTITY DESIGN
- PACKAGING DESIGN
- ADOBE ILLUSTRATOR, PHOTOSHOP, INDESIGN
- MOTION GRAPHICS & VIDEO EDITING

WORK EXPERIENCE

CREATIVE BRAND COMMUNICATION
KAPANLAGI YOUNIVERSE [2024-2025]

- DESIGNED ENGAGING VISUAL CONTENT FOR MARKETING CAMPAIGNS, SOCIAL MEDIA, AND EVENT COLLATERAL.

GRAPHIC DESIGNER INTERN
KOMPAS GRAMEDIA [2024]

- DESIGNED ENGAGING VISUAL CONTENT AND EVENT COLLATERAL.

CERTIFICATIONS

- JUNIOR GRAPHIC DESIGNER
BPPTIK

EDUCATION

BACHELOR'S DEGREE IN GRAPHIC DESIGN
JAKARTA STATE POLYTECHNIC