



© 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

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK PRODUK UMKM LEVAYA**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Oleh:
PUTRI HARYANI
2106422002

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi
untuk Produk UMKM Levaya
Penulis : Putri Haryani
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Marta Eriska, S.Des.,M.Sn
NIP. 520000000000000641

Saeful Imam, S.T., M.T.
NIP. 1978607202010121004



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK PRODUK UMKM LEVAYA**

Oleh:
PUTRI HARYANI
2106422002

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2025

Penguji I

Nanang Wahyudi, S.Sos
NIP. 520000000000000079

Penguji II

Maria Seprian Riasanti Mola, M.I.Kom
NIP. 198408192019032012

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan

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 mengemukakan 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 DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK PRODUK UMKM LEVAYA**

Adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang sudah 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 dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

materai

Depok, 11 April 2025
Yang menyatakan,



Putri Haryani
2106422002



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

ABSTRAK

Levaya merupakan UMKM yang bergerak di bidang produk tas lokal dengan karakter desain tas yang elegan dan berkualitas. Namun, hingga saat ini Levaya belum memiliki kemasan yang mampu merepresentasikan identitas brand secara kuat dan belum memanfaatkan desain kemasan sebagai media promosi yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan sekunder yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga memiliki nilai komunikasi visual yang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kesadaran merek. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi, serta pengumpulan data analisis visual berdasarkan teori desain kemasan, warna, tipografi, struktur, dan material. Proses perancangan dilakukan secara sistematis melalui penyusunan creative brief, mind mapping, dan moodboard berdasarkan kata kunci utama seperti, *Simple*, *Chic*, dan *Daily Essential*, lalu dilanjutkan dengan perancangan sketsa kemasan. Hasil desain kemudian diaplikasikan pada kemasan utama serta media pendukung seperti hangtag, pin, notebook, dan stiker. Perancangan ini membuktikan bahwa desain kemasan yang terencana secara visual dan strategis dapat menjadi media promosi yang efektif dalam menyampaikan identitas brand Levaya, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat posisi Levaya di pasar UMKM lokal.

Kata kunci: Desain Kemasan, Media Promosi, Tas, UMKM Levaya.

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

ABSTRACT

Levaya is a local MSME that produces high-quality handbags with a focus on elegant and minimalist design. However, the brand has yet to develop packaging that effectively represents its identity or functions as a promotional medium. This study aims to design secondary packaging that not only protects the product but also serves as a tool for visual communication to attract consumers and strengthen brand awareness. The research uses a descriptive qualitative approach, involving in depth interviews with the business owner, field observations, and visual analysis based on packaging design principles, including color, typography, structure, and material. The design process follows a structured method, starting with a creative brief, mind mapping, and moodboard development using key concepts such as, Simple, Chic, and Daily Essential, which are then translated into packaging sketches. The final design is applied to the main packaging and supporting promotional items such as hangtags, pins, notebooks, and stickers. The result shows that well-designed packaging with a clear visual strategy can function as an effective promotional medium, helping to communicate Levaya's brand values, increase product appeal, and enhance its competitiveness in the local MSME market.

Keywords: *Packaging Design, Promotional Media, Handbags, Levaya MSME.*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi untuk Produk UMKM Levaya” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dan tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan hingga Tugas Akhir ini 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.

Dengan selesainya Proses penyusunan proposal Tugas Akhir ini, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan penulis informasi dan masukan. 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 Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
4. Anggi Anggarini, M.Ds, selaku wali kelas DG-E angkatan 2021, yang telah mendidik penulis dari semester awal sampai saat ini.
5. Marta Eriska, S.Des.,M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I dan Saeful Imam, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
6. Para dosen mata kuliah program studi desain grafis yang sudah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7. Bapa, Mama, Tete Bella, A Iwan, A Ai, serta Wildan yang senantiasa mendukung dan memberi materi juga semangat selama penyusunan tugas akhir.
8. Para teman kelas DG-E, yang selalu berbagi canda tawa dan telah melewati banyak hal bersama-sama selama di perkuliahan.
9. Kak Faishal, dan Kak Ratna selaku tim *Brand Levaya* yang telah membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam *project* Perancangan Desain Kemasan Levaya untuk Tugas Akhir.
10. 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, 10 April 2025

Putri Haryani

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Teori Kemasan	7
Pengertian Kemasan.....	7
2.1.2 Fungsi Kemasan	8
2.1.3 Jenis Kemasan	9
2.2 Prinsip dan Elemen Desain Kemasan	10
2.2.1 Prinsip Desain Kemasan.....	10
2.2.2 Elemen Desain Kemasan.....	13
2.2.3 Struktur Kemasan	18
2.2.3.1 Jenis Struktur Kemasan.....	18
2.2.3.2 Material Kemasan	19
2.3 Metode Riset Desain	22
BAB III METODE PERANCANGAN.....	24
3.1 Metode Riset Desain	24
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3 Data dan Analisis	27



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.3.1	Profil Klien.....	27
3.3.2	Product Knowledge	28
3.3.3	Kompetitor.....	31
3.3.4	Hasil Wawancara.....	33
3.3.5	Consumer Insight.....	34
3.3.6	Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	35
3.3.7	Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)	37
3.4	Arahan Kreatif.....	39
3.4.1	Creative Brief	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Konsep Visual.....	44
4.1.1	Mindmapping.....	44
4.1.2	Moodboard.....	46
4.1.3	Proses Pembuatan Struktur Kemasan.....	46
4.2	Proses Desain	50
4.2.1	Sketsa Manual.....	50
4.2.2	Desain Komperhensif.....	53
4.2.3	Desain Terpilih.....	56
4.3	Media Pendukung.....	65
BAB V		70
KESIMPULAN		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN.....		76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Kesatuan (Unity)	11
Gambar 2.2 Contoh Keseimbangan (Balance).....	11
Gambar 2.3 Contoh Proporsi (Proportion).....	12
Gambar 2.4 Contoh Penekanan (Emphasis)	12
Gambar 2.5 Contoh Irama (Rhythm).....	13
Gambar 2.6 Contoh Logo	14
Gambar 2.7 Contoh Warna	14
Gambar 2.8 Contoh Tipografi Serif.....	16
Gambar 2.9 Contoh Tipografi Sans Serif.....	16
Gambar 2.10 Contoh Tipografi Script	16
Gambar 2.11 Contoh Tipografi Decorative	17
Gambar 2.12 Contoh Gambar	18
Gambar 2.13 Corrugated Carton Box	20
Gambar 2.14 Contoh Duplex	20
Gambar 2.15 Contoh Ivory	21
Gambar 2.16 Contoh Craft.....	21
Gambar 2.17 Contoh Art Carton.....	22
Gambar 2.18 Metode Design Thinking (Standford d.School).....	23
Gambar 3.1 Logo Levaya.....	27
Gambar 3.2 Kemasan Levaya.....	28
Gambar 3.3 Labin Hobo	29
Gambar 3.4 Laundry Bag	29
Gambar 3.5 Mini Labin	30
Gambar 3.6 Liscio Totebag.....	30
Gambar 3.7 LEVAYA Lanyard.....	31
Gambar 3.8 Produk Amreta	32
Gambar 3.9 Produk Jeanie	32
Gambar 3.10 Produk merché	33
Gambar 4.1 Mindmap UMKM Levaya.....	45
Gambar 4.2 Moodboard UMKM Levaya	46
Gambar 4.3 Struktur Alternatif Struktur Kemasan 1	47

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



© 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

Gambar 4.4 Struktur Alternatif Struktur Kemasan 2	48
Gambar 4.5 Struktur Alternatif Struktur Kemasan 3	49
Gambar 4.6 Sketsa Manual Desain Surface 1	50
Gambar 4.7 Sketsa Manual Desain Surface 2	51
Gambar 4.8 Sketsa Manual Desain Surface 3	52
Gambar 4.9 Sketsa Digital Alternatif 1	53
Gambar 4.10 Sketsa Digital Alternatif 2	54
Gambar 4.11 Sketsa Digital Alternatif 3	56
Gambar 4.12 Pesan Promosi Pada Kemasan	57
Gambar 4.13 Posisi Ilustrasi	57
Gambar 4.14 Struktur Kemasan 30cm x 30cm x 7cm	58
Gambar 4.15 Warna Kemasan Levaya	59
Gambar 4.16 Font Kemasan Levaya	59
Gambar 4.17 FAW	60
Gambar 4.18 Mock Up	63
Gambar 4.19 Notebook	66
Gambar 4.20 Hangtag	67
Gambar 4.21 Sticker	68
Gambar 4.22 Pin	69

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Warna.....	15
Tabel 3.1 Analisis SWOT	37
Tabel 3.2 Analisis SWOT	38
Tabel 3.3 Creative Brief.....	40
Tabel 3.5 Creative Brief.....	40
Tabel 3.4 Creative Brief.....	41
Tabel 3.5 Creative Brief.....	42
Tabel 3.6 Creative Brief.....	43
Tabel 3.7 Creative Brief.....	43
Tabel 3. 8 Creative Brief.....	43
Tabel 4.1 Kata Kunci Mindmap.....	45



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I	76
2. Lampiran Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing II	77
3. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Tim Levaya	78
4. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Kak Ratna Tim Levaya	81
5. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 1	84
6. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 2	86
7. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 3	89
8. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 4	92
9. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 5	95
10. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 6	98
11. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 1	101
12. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 2	103
13. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 3	105
14. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 4	107
15. Bukti Pelaksanaan TOEIC	109
16. Turnitin	110
17. Data Riwayat Hidup	111



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah usaha ekonomi produktif yang didirikan atas inisiatif individu atau kelompok orang dan berfungsi sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia karena menampung tenaga kerja dan menyumbang pendapatan yang signifikan bagi ekonomi nasional. Dengan demikian, UKM memberikan kesempatan kerja dan pendapatan yang cukup bagi masyarakat, membantu mengurangi beberapa masalah yang dihadapi Indonesia saat ini. Subsektor ekspor yang menyumbang nilai terbesar adalah subsektor fashion, dengan presentase sebesar 56%. Subsektor kriya menyumbang 37%, subsektor kuliner 6%, dan subsektor lainnya 1%. Saat ini, industri fashion Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Kondisi ini sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan mode, yang telah menyebabkan pemenuhan gaya hidup dalam berbusana.

Kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh seseorang, tetapi juga sebagai cara untuk berkomunikasi dan menunjukkan identitas dan gaya hidup orang yang mengenakannya (Rahmawati et al., 2019). Indonesia memiliki banyak orang yang inovatif dan kreatif. Selain itu, dia berani mengambil risiko untuk mewujudkan impian. Dunia fashion berkembang dengan cepat dan ketat dalam industri mode. Di masa lalu, merek asing mendominasi industri fashion, tetapi sekarang banyak merek lokal yang siap bersaing di pasar regional dan internasional (Murwanti & Fatmarani, 2024). Dengan demikian industri fashion yang sedang digemari belakangan ini adalah produk tas salah satunya adalah Levaya yang dikenal sebagai pelopor produk tas yang saat ini sudah memiliki jutaan *followers* pada Instagramnya. Umumnya, produk tas menyajikan beberapa jenis produk seperti



© 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

Tote Bag, Shoulder Bag, Crossbody Bag, Top Handle Bag, Lanyard, serta *Laptop Sleeve*. Brand Levaya dipilih untuk diteliti karena merupakan merek lokal yang baru beroperasi sejak tahun 2017. Hal ini memberikan banyak kesempatan untuk evaluasi dan perbaikan. Saat ini, produk tas Levaya dijual di Jakarta sebagai lokasi utama, dengan beberapa reseller di kota-kota besar seperti Padang dan Yogyakarta. Tas varian Liscio dijual seharga Rp 165.000,00, sedangkan varian Lorimer dibanderol Rp 185.000,00. Levaya memasarkan produknya secara online melalui berbagai *platform* seperti Instagram, WhatsApp, Tokopedia, TikTok, dan Shopee, serta turut berpartisipasi dalam pameran dan bazar. Merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai sebuah produk dikenal sebagai pengemasan (Kotler & Keller, 2016).

Kemasan digunakan untuk tiga alasan utama: mereka memenuhi persyaratan keamanan dan kenyamanan; mereka dapat membantu promosi; dan mereka meningkatkan keuntungan bisnis (Apriyani et al., 2021). Dua fungsi utama kemasan adalah fungsi protektif dan fungsi promosional (B, 2007). Kemasan produk memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif bagi konsumen. Kesan yang baik ini dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau bahkan meninggalkan produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang diambil konsumen, apakah mereka akan membeli produk atau tidak. Dalam proses ini, ada berbagai faktor yang dipertimbangkan konsumen. Umumnya, mereka akan mempertimbangkan kualitas, harga, serta reputasi produk yang sudah dikenal di masyarakat (Kotler & Keller, 2012).

Permasalahan yang dihadapi Levaya saat ini belum memiliki kemasan yang mencerminkan identitas produk. Selain itu, belum ada visual yang dapat digunakan untuk mendukung media promosi. Oleh karena itu, Levaya berkeinginan untuk merancang kemasan yang menarik agar dapat merepresentasikan produk dengan baik, menarik minat konsumen, meningkatkan nilai jual, dan bersaing di pasar. Sejalan dengan misinya yang mengusung tema “*Simple Chic Daily Essential*” Levaya berkomitmen untuk



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

memberikan kualitas dan pelayanan terbaik, mulai dari produk hingga penyajian kemasan yang menarik, aman, dan memuaskan bagi konsumen.

Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, Levaya memerlukan desain kemasan sekunder yang tidak hanya kuat dan efektif dalam melindungi kualitas produk, tetapi juga menarik secara visual. Desain kemasan yang baik akan membantu membedakan brand Levaya, memperkenalkan identitas mereka, dan menciptakan kesadaran merek dengan mempertimbangkan berbagai aspek produksi, termasuk visual, struktur, material, dan keamanan. Dengan begitu, berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dengan judul “Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Untuk UMKM Levaya” yang diharapkan dapat berfungsi sebagai media promosi untuk meningkatkan nilai jual terhadap produk UMKM Levaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir ini adalah Bagaimana merancang desain kemasan sebagai media promosi produk dari UMKM Levaya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan tugas akhir ini, menguraikan secara rinci tentang masalah desain kemasan. Tujuannya adalah agar pembahasan tetap fokus dan tidak menyimpang dari topik yang sedang diteliti. Berikut adalah ruang lingkup yang akan dibahas dalam tugas akhir ini:

1. Proses perancangan desain kemasan sebagai media promosi untuk produk UMKM Levaya.
2. Penggunaan teori yang berkaitan dengan pembuatan proses kemasan produk UMKM Levaya, yakni teori layout kemasan, teori warna untuk kemasan makanan, tipografi untuk kemasan, serta teori struktur dan material kemasan.



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. Proses pengaplikasian desain kemasan pada material kemasan yang dipilih serta pada media turunannya berupa *Hangtag*, *Pin*, *Notebook* dan *Sticker*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam perancangan desain kemasan untuk produk UMKM Levaya, terdapat sejumlah tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, yaitu:

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin diraih dari perancangan desain kemasan produk UMKM Levaya yaitu:

1. Menjelaskan proses perancangan desain kemasan sebagai media promosi produk UMKM Levaya dan beberapa media pendukung yang digunakan.
2. Memaparkan penggunaan teori yang berkaitan dengan pembuatan proses kemasan produk UMKM Levaya, yakni teori layout kemasan, teori warna untuk kemasan, tipografi untuk kemasan, serta teori struktur dan material kemasan.
3. Menjelaskan pengaplikasian perancangan desain kemasan produk UMKM Levaya pada media turunan desain untuk mendukung desain kemasan seperti desain kemasan sekunder.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari laporan Tugas Akhir mengenai Perancangan Desain Kemasan untuk produk UMKM Levaya antara lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan bahwa tugas akhir ini dapat berfungsi sebagai media referensi dan sumber informasi yang memperluas wawasan ilmu, khususnya dalam menjawab permasalahan yang berkaitan dengan desain kemasan. Penulisan ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman seorang desainer grafis mengenai proses dan alur kerja pada perancangan desain kemasan. Temuan



Hak Cipta :

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

dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk kajian lebih lanjut di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan nilai dan identitas bagi brand, meningkatkan wawasan dalam bidang desain, serta mempermudah klien dalam proses distribusi. Selain itu, hasil desain kemasan yang diperoleh diharapkan dapat diterapkan dalam menjalankan bisnis dengan kualitas yang lebih baik, sehingga dapat menjaga keamanan dan kualitas produk Levaya tetap terjaga.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir sistematika penulisan diperlukan agar materi yang dijabarkan dapat terstruktur dengan jelas. Adapun sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang perancangan desain kemasan sebagai media promosi pada produk UMKM Levaya, diikuti dengan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, serta tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan dalam perancangan desain kemasan untuk UMKM Levaya.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi kumpulan kajian teori desain grafis yang menjadi acuan atau landasan dalam perancangan desain kemasan sebagai media promosi pada produk UMKM Levaya, menjelaskan teori yang digunakan adalah teori media promosi dan teori kemasan, serta menggunakan



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

teori pendukung lainnya yang berhubungan dengan kemasan dari berbagai jurnal, artikel, buku, tesis, dan sebagainya.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan metode perancangan atau riset desain kemasan sebagai media promosi pada produk UMKM Levaya yang terdiri dari metode pengumpulan data wawancara dan observasi yang hasil analisis datanya dijabarkan melalui SWOT dan arahan kreatif (*creative brief*).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini berisi tentang penjabaran proses kreatif perancangan desain kemasan sebagai media promosi pada produk UMKM Levaya yang terdiri mulai dari riset, perumusan ide konsep visual, proses perancangan desain, uji dan evaluasi hingga desain final yang memuat alternatif desain dan desain terpilih, sampai turunan media desain pendukung serta penjabaran lain yang berkaitan dengan proses pembuatan desain seperti pertimbangan produksi.

BAB V

PENUTUP

Bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan dari seluruh pembahasan serta saran mengenai perancangan desain kemasan sebagai media promosi produk UMKM Levaya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

ini juga memberikan nilai lebih bagi konsumen karena dapat digunakan di berbagai media seperti tas, *pouch*, atau pakaian. Kehadiran pin ini memperkuat kesan eksklusif dan *personal* pada produk, sekaligus menciptakan pengalaman *unboxing* yang menyenangkan. Pin Levaya bukan hanya hiasan, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi *visual brand* yang mampu dibawa dan dipakai sehari-hari, memperluas eksistensi brand di luar kemasan dan memberikan rasa keterikatan yang lebih erat dengan konsumen.



Gambar 4.22 Pin
Sumber: Dokumen Pribadi, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, desain kemasan untuk produk tas Levaya berhasil dibuat sesuai dengan kebutuhan brand. Desain ini tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga membantu promosi dan memperkuat identitas merek. Proses perancangan dimulai dari riset dan pengumpulan data melalui wawancara serta observasi, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep visual menggunakan mindmap dan moodboard. Dari situ, dibuat beberapa sketsa manual dan desain digital sampai akhirnya dipilih satu desain utama.

Secara struktur, kemasan menggunakan bentuk lock bottom dengan handle di bagian atas, yang memudahkan saat dibawa dan tetap terlihat seperti tas. Sementara dari sisi visual, desain menampilkan kesan *girly, simple, dan chic* lewat warna pink, maroon, ilustrasi garis (*line art*), serta tambahan elemen seperti pita dan label berbentuk hati. Tipografi *serif* juga digunakan agar terlihat rapi namun tetap elegan. Selain kemasan utama, juga dibuat media tambahan seperti stiker, hangtag, dan pin untuk mendukung promosi dan memperkuat pengalaman konsumen saat membuka produk. Secara keseluruhan, kemasan ini mampu menyampaikan identitas brand Levaya dengan baik, dan siap digunakan untuk mendukung kegiatan promosi Levaya.

5.2 Saran

Setelah kemasan ini selesai dirancang, disarankan agar UMKM Levaya bisa langsung memakai desain ini untuk kebutuhan produksi dan distribusi. Selain membuat produk lebih aman dan menarik, desain kemasan juga bisa membantu konsumen lebih mudah mengenali brand. Penggunaan elemen visual seperti warna dan ilustrasi juga sebaiknya dipakai secara konsisten di semua media promosi, agar identitas brand tetap kuat dan mudah diingat.

Untuk ke depannya, desain kemasan ini bisa dikembangkan lagi agar bisa digunakan juga pada produk-produk Levaya lainnya, seperti tas kecil, sleeve laptop, atau lanyard. Akan lebih baik jika dilakukan uji coba pasar atau pengumpulan pendapat langsung dari konsumen setelah kemasan digunakan. Sementara bagi mahasiswa atau desainer lainnya yang ingin mengerjakan proyek serupa, penting untuk melakukan riset secara mendalam tentang target konsumen dan karakter merek, supaya hasil desain bisa lebih tepat sasaran



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





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

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, S. (2018). *Desain Komunikasi Visual, Dasar – dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa.
<https://books.google.co.id/books?id=GauIEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Apriyani, M., Saty, F. M., Desfaryani, R., Trisnanto, T. B., Berliana, D., & Fitri, A. (2021). *PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK OLAHAN PANGAN PADA SMKN 1 NEGERI BESAR WAY KANAN*. 94–100.
- B, S. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Gramedia.
- David, & Kelley. (2016). From Design to Design Thinking at Stanford and IDEO. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 2(1), 88–101. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2016.01.009>
- Erlyana, Y. (2018). *PERANCANGAN BUKU INFORMASI TENTANG JAMU SEBAGAI BENTUK PELESTARIAN WARISAN BUDAYA INDONESIA*.
- Fajrina, N., & Postha, A. K. R. (2023). *PENERAPAN METODE DESIGN THINKING DALAM PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN DESAIN KEMASAN UMKM SAMBELILER (Studi Kasus: Beda 'kan Batch 14 – Semarang)*.
- Febriyanti. (2008). *REDESAIN KEMASAN PRODUK MAKANAN RINGAN "ANEKA GORENGAN SUPER 2R."* 30.



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

Fleck. (2021). *11 Principles of Design (and How To Use Them)*.

<https://dribbble.com/resources/education/principles-of-design>

Gurning, L. R. (2023). Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan

Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan

Penjualan. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 7(02), 1101–

1111. <https://doi.org/10.61344/magenta.v7i02.106>

Haryanto, J. (2017). *Beyond Marketing*.

<https://books.google.co.id/books?id=cidIDwAAQBAJ&lpg=PP1&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>

Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging*. Gramedia.

<https://books.google.co.id/books?id=IKJLDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

Klimchuk, M., & Sandra, A. (2007). *Klimchuk, Marianne dan Sandra A.*

Krasovec, 2007. Desain Kemasan., Erlangga, Jakarta.html (2nd ed.).

https://books.google.co.id/books?id=kbp_SBXFeBEC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th [ed.]).

Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>

Murwanti, A., & Fatmarani, S. (2024). *5 Brand Fashion Lokal UMKM,*

Rekomendasi Buat Tampil Modis! <https://ukmindonesia.id/baca->



Hak Cipta :

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

deskripsi-posts/5-brand-fashion-lokal-umkm-rekomendasi-buat-tampil-modis

Rafifah. (2022). *Perancangan Desain Kemasan Varian Baru Produk So Cookies.*

Rahmawati, S., Darsono, D., & Setyowati, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pangan Olahan di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(2), 325–335.

<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.02.9>

Setiawan, A. (2018). *Metodologi Desain. Yogyakarta: Arttex.*

<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK3697/metodologi-desain>

Suryaningrat, Y., Sutrisno, S., & Ratih, S. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 117–130. <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.734>

Susetyarsi, T. (2012). KEMASAN PRODUK DITINJAU DARI BAHAN KEMASAN, BENTUK KEMASAN DAN PELABELAN PADA KEMASAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN MIZONE DI KOTA SEMARANG. *JURNAL STIE SEMARANG*, 4(3), 19–28.

Swasty. (2020). *Teori Warna.*

<https://wirania.staff.telkomuniversity.ac.id/teori-warna/#main>



© 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

Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). *Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking.*





Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

1. Lampiran Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA : PUTRI HARYANI			
NAMA PEMBIMBING : MARTA ERISKA, S.Des.,M.Sn			
JUDUL TUGAS AKHIR : PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK UMKM LEVAYA			
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	24 FEBRUARI 2025	Berhubungan dengan penetapan judul tugas akhir dan diskusi bab 1 juza latar belakang	Mengubah judul tugas akhir dan membuat mind mapping rancangan
2	26 FEBRUARI 2025	Pembahasan judul dan mind mapping, terdapat revisi judul, mencari repository	Sudah acc judul dan melanjutkan bab 1
3	2 MARET 2025	Pembahasan rancangan kemasan	Melanjutkan BAB I
4	7 MARET 2025	Penambahan tujuan dan manfaat, pembahasan BAB I dan BAB II	Menambahkan tujuan dan manfaat untuk konsumen, revisi latar belakang, dan lanjut BAB II
5	12 MARET 2025	Tambahkan teori di BAB II	Menambahkan studi literatur dan lanjut BAB III
6	19 MARET 2025	Melanjutkan wawancara dan creative brief untuk BAB III	Menambahkan Creative brief dan wawancara
7	24 MARET 2025	Merapihkan daftar isi dan daftar pustaka	Update daftar isi dan daftar pustaka
8	9 April 2025	Presentasi slide PPT SEMPRO, Menambahkan product knowledge, ganti font ke sans serif, dan ttd lembar	Revisi presentasi slide PPT SEMPRO
9	5 MEI 2025	Diskusi untuk mengganti judul melanjutkan revisi bab 1-3	Revisi bab 1-3
10	28 MEI 2025	Update revisi bab 1-3, dan abstrak untuk semnas	Melanjutkan bab 4
11	15 MEI 2025	Mencetak poster semans	Revisi presentasi slide PPT SEMPRO
12	19 MARET 2025	Presentasi slide PPT SEMPRO, Menambahkan product knowledge, ganti font ke sans serif, dan ttd lembar pengesahan	Semnas
13	20 JUNI 2025	Kekampus trisakti untuk melihat hasil pameran karya mahasiswa dky trisakti, dan update desain kemasan juga laporan	Revisi desain
14	24 JUNI 2025	Update desain kemasan	Melanjutkan media pendukung
15	25 JUNI	Update desain media pendukung dan lanjut mencetak	Melanjutkan penulisan laporan
16	28 JUNI	Update laporan	Laporan



Hak Cipta :

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

2. Lampiran Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing II

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA : PUTRI HARYANI			
NAMA PEMBIMBING : Saeful Imam, S.T., M.T.			
JUDUL TUGAS AKHIR : PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK UMKM LEVAYA			
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	29 MARET 2025	Membahas teknis penulisan	Revisi penyusunan daftar isi, heading tiap BAB
2	29 MARET 2025	Melakukan perbaikan penulisan pada tabel, daftar isi	Sudah melakukan perbaikan pada daftar isi dan tabel
3	29 MARET 2025	Revisi jarak pada daftar isi dan tanda tangan lembar persetujuan	Melakukan perbaikan jarak spasi jadi 1.0
4	10 April 2025	Revisi data pada gambar dan tabel	Melakukan perbaikan data
5	11 April 2025	Revisi ukuran jarak spasi pada daftar gambar, tabel	Revisi jarak spasi
6	30 Juli 2025	Margin yang diubah pada point nomor	Revisi margin rata kiri

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

3. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Tim Levaya

Nama Narasumber: Kak Faishal, Kak Ratna

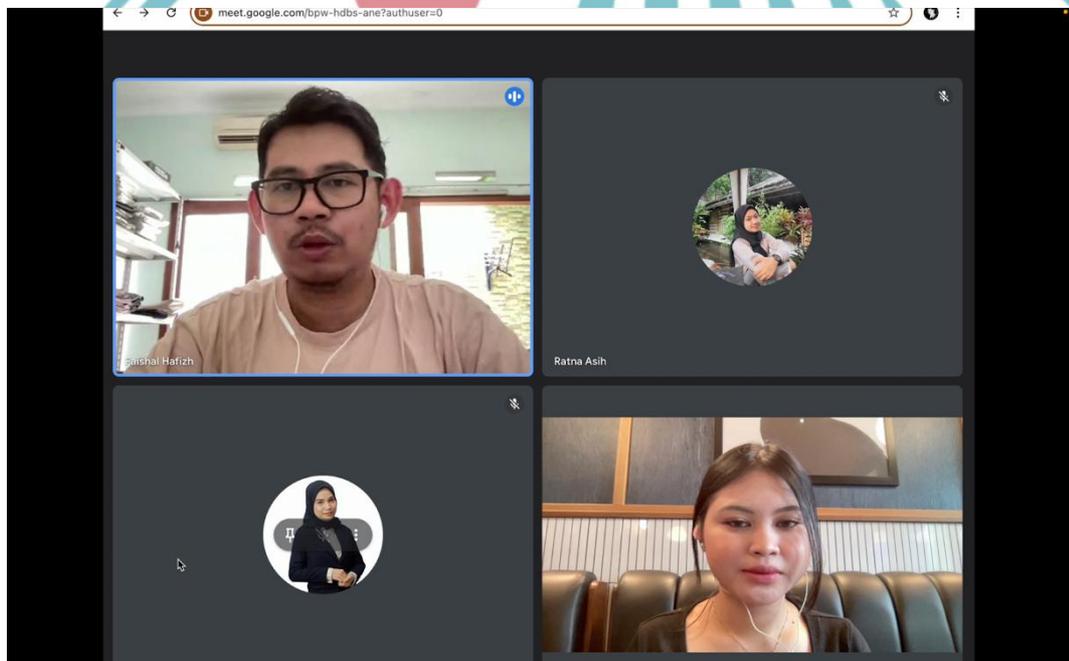
Jabatan: Tim Levaya

Hari/ Tanggal: 13 Februari 2025

Waktu: 10.00 WIB

Media: Google Meet

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Dengan Tim Levaya



Penulis: “Kak, untuk mendukung proses tugas akhir saya, saya ingin tahu lebih detail soal perkembangan packaging Levaya sejak awal berdiri sampai sekarang. Bisa dijelaskan?”

Kak Faishal: “Awalnya itu, sejak tahun 2019, Levaya sudah mulai menggunakan box untuk beberapa produk, terutama totebag. Kita dulu pakai satu jenis box saja, bentuknya mirip box pizza, karena memang saat itu belum banyak brand yang mikirin soal packaging. Dan kita mulai pakai box karena



© 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

pertimbangan keamanan pengiriman. Waktu itu responsnya bagus karena belum banyak yang pakai kemasan seperti itu.”

Penulis:” Lalu, seiring berjalannya waktu, seperti apa perkembangan kemasan di Levaya?”

Kak Faishal: “Tahun 2020 itu, mulai terasa banget kompetisi antar brand, terutama setelah ekspedisi makin mahal dan orang-orang mulai lebih mikirin kemasan. Banyak brand akhirnya beralih ke packaging yang lebih kokoh dan aman. Nah, di Levaya sendiri, kita memang belum punya desain kemasan yang benar-benar fix. Kita masih dalam tahap riset karena belum nemu yang sreg. Soalnya, kalau kita ubah desain, itu berpengaruh ke cost produksi juga. Pricing-nya jadi pertimbangan.”

Penulis: “Saat ini Levaya menggunakan berapa jenis kemasan?”

Kak Faishal: “Sekarang kita punya empat jenis packaging. Yang pertama bentuknya pipih kayak box pizza untuk totebag. Lalu ada ukuran medium, kotak biasa, dan satu lagi box kecil untuk produk-produk kecil seperti dompet atau card holder. Tapi ke depannya, kita mungkin akan coba ringkas jadi tiga jenis aja. Itu juga akan disesuaikan dengan pengembangan produk dan pertimbangan logistiknya.”

Penulis: “Apakah ukuran box sekarang sudah optimal?”

Kak Faishal: “Nah, itu juga lagi kita evaluasi. Harus dicek lagi apakah size-nya sudah optimal, atau justru bisa disatukan dalam ukuran box yang bisa muat beberapa SKU sekaligus. Tujuannya ya biar lebih efisien, terutama buat pengiriman dan inventory management.”

Penulis: “Ada kendala dari sisi ekspedisi?”

Kak Faishal: “Ada. Kita beberapa kali terima keluhan soal box penyok pas diterima konsumen. Ini jadi dilema sih kalau mau kemasan lebih kuat, otomatis cost-nya naik. Sementara kalau kita tekan cost, ya resikonya kemasan bisa rusak di jalan.”

Penulis: “Berapa estimasi harga box yang paling ideal menurut Levaya?”

Kak Faishal: “Untuk box besar, sekarang kita budgeting sekitar Rp15.000. Kalau untuk hardbox yang pakai magnet dan tampilannya eksklusif, itu bisa



© 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

sampai Rp20.000. Idealnya sih kita ada di rentang Rp20.000 – Rp25.000 per unit untuk packaging yang benar-benar premium. Tapi masalahnya nanti ada minimum order quantity juga dari vendor, jadi harus disesuaikan dengan stok dan demand.”

Penulis: “Apakah ada tambahan rencana untuk bagian luar kemasan?”

Kak Faishal: “Iya, rencananya akan ditambah lapisan luar packaging juga. Entah itu plastik pelindung, atau box tambahan luar untuk ekspedisi, supaya box utama tetap aman dan tampilannya tidak rusak ketika sampai ke tangan 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Kak Ratna Tim Levaya

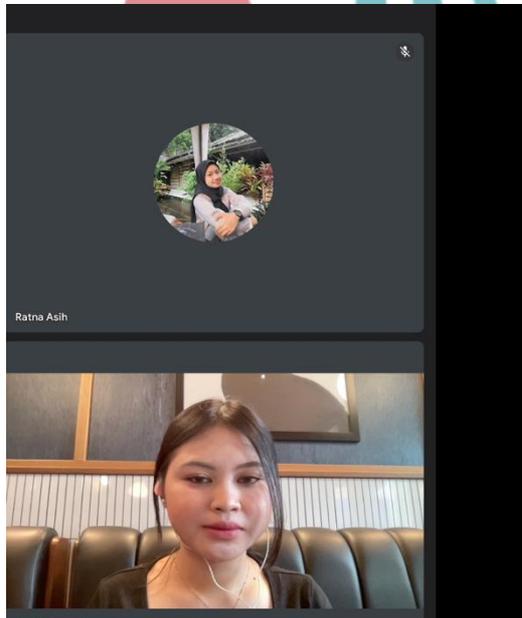
Nama Narasumber: Kak Ratna

Jabatan: Developpe Levaya

Hari/ Tanggal: 21 Maret 2025

Waktu: 09.30 WIB

Media: Google Meet



Penulis: “Kak, bisa dijelaskan sedikit mengenai latar belakang desain kemasan Levaya sebelumnya?”

Kak Ratna: “Awalnya, kami memang pengen bikin kesan unboxing yang menarik. Jadi waktu box dibuka, di bagian depan ada tulisan sapaan biar konsumen merasa disapa secara personal. Harapannya, pengalaman ini bisa bikin mereka tertarik untuk posting unboxing-nya di Instagram atau ngasih review di Shopee. Dulu kami juga sempat pakai barcode yang fungsinya untuk dapat diskon 50%. Tapi ternyata banyak customer yang kurang paham cara pakainya. Dari situ, akhirnya kami ganti pakai thank you card, jadi kalau



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

mereka kasih review bagus, kami pilih salah satu untuk dapat potongan harga 50%.”

Penulis: “Bagaimana dengan ukuran dan jenis packaging yang pernah digunakan?”

Kak Ratna: “Produk seperti Liscio itu ukurannya besar, jadi otomatis box-nya juga harus besar dan kokoh. Tapi waktu pengiriman, kita nggak bisa kontrol ekspedisinya gimana. Sering kali box-nya basah, sobek, bahkan penyok. Bahan yang kami pakai itu semi premium. Nah, khusus untuk produk lanyard, karena harganya lebih mahal jadi kita pakai hard box, dan harganya bisa sampai 20 ribu per box, tapi memang kualitasnya bagus. Sejak akhir 2022, pasca pandemi, kita mulai pakai box polos karena tren-nya juga mulai ke situ. Sekarang banyak brand yang juga ikut pakai packaging polos.”

Penulis: “Siapa target pasar utama dari Levaya?”

Kak Ratna: “Target awal kita itu mahasiswa dan fresh graduate, terutama yang ada di Jabodetabek. Dulu juga cukup dikenal di kampus UI karena salah satu reseller kita, namanya Siska. Sekarang, karena udah nggak ikut bazar lagi, kita full online store aja.”

Penulis: “Promosinya dilakukan lewat platform apa aja?”

Kak Ratna: “Kita fokus di Shopee untuk e-commerce, dan promosi dilakukan lewat media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan sekarang juga aktif di TikTok.”

Penulis: “Untuk misi kemasan Levaya ke depannya seperti apa?”

Kak Ratna: “Sekarang kita lagi merasa packaging masih kurang, terutama dari sisi bahan box. Harapannya sih bisa punya box yang seperti bahan PE—yang lebih kokoh dan awet. Desainnya juga pengen yang simpel, tapi tetap menunjukkan ciri khas Levaya: simple, chic, dan essential. Kita juga ingin mendorong orang buat kasih review yang bener-bener dari pengalaman unboxing-nya, mulai dari buka plastik, terus ke box-nya. Idealnya, box ini juga bisa disimpan dan dipakai ulang, bukan langsung dibuang.”

Penulis: “Apakah ada brand kompetitor yang cukup kuat saat ini?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Kak Ratna: “Iya, saingan kita itu Merche. Dari dulu mereka konsisten banget, baik dari desain, warna, sampai bahan. Gaya mereka selalu sama, dan itu jadi identitas kuat mereka. Sedangkan Levaya masih terus eksplorasi.”

Penulis: “Apa tujuan utama dari redesign kemasan Levaya?”

Kak Ratna: “Tujuan utamanya tentu menciptakan packaging yang mencerminkan nilai premium Levaya. Kita pengen pengalaman unboxing itu berkesan dan bisa di-share ke sosial media. Harapannya juga, dengan kemasan yang lebih eksklusif, media promosi Levaya bisa makin naik.”

Penulis: “Siapa target audience utama Levaya saat ini?”

Kak Ratna: “Secara demografi, kita menasar perempuan usia 18–35 tahun, mulai dari pelajar SMA, mahasiswa, sampai karyawan. Secara psikografi, mereka yang peduli kualitas dan desain tas, aktif di media sosial, dan punya selera estetika tinggi. Mereka juga cenderung lebih mendukung produk lokal dibanding brand luar dengan harga yang sama.”

Penulis: “Apakah ada pesan utama yang ingin disampaikan lewat desain?”

Kak Ratna: “Iya, key message kita itu ‘Time and Go Classic Durable’. Intinya, punya satu tas Levaya aja udah cukup buat beraktivitas sehari-hari, khususnya buat model seperti Loudi dan Liscio.”

Penulis: “Apa saja elemen wajib dalam desain kemasan nanti?”

Kak Ratna: “Harus ada logo Levaya, gaya desain yang simple dan girly, nggak terlalu simple tapi juga nggak terlalu rame. Lalu ada info kontak seperti Instagram dan WhatsApp. Warna nggak masalah, fleksibel, yang penting cocok dengan keseluruhan desain.”

Penulis: “Gaya visualnya akan seperti apa?”

Kak Ratna: “Kita tetap pengen desain yang simple, chic, dan girly. Sesuai karakter brand kita sekarang.”

Penulis: “Apa saja media desain yang direncanakan?”

Kak Ratna: “Box utama pakai tipe tuck end snap lock bottom. Material-nya bisa pakai *corrugated box* semi premium. Ditambah juga dengan elemen pendukung seperti thank you card, stiker, pin dan notebook.”



Hak Cipta :

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

5. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 1

Nama Narasumber: Syakira

Usia: 22 Tahun

Jabatan: Fresh Graduate

Hari/ Tanggal: 20 Maret 2025

Waktu: 16.30 WIB

Lokasi: Jakarta

Penulis: “Hai Syak, makasih banget ya udah mau luangin waktu buat ngobrol sebentar soal kemasan produk tas lokal. Boleh ya aku tanya-tanya sedikit buat keperluan tugas akhir aku?”

Syakira: “Iya, nggak apa-apa kok! Seru juga bisa ngobrolin soal brand lokal. Yuk, silakan!”

Penulis: “Oke, pertama-tama aku mau tanya, kamu sendiri tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Syakira: “Banget! Apalagi sekarang banyak banget produk tas lokal yang tampilannya stylish, kekinian, dan nggak kalah sama tas branded. Aku suka banget dukung produk lokal, apalagi kalau kualitasnya oke.”

Penulis: “Kalau produk tas lokal, kamu udah pernah lihat atau bahkan tahu mereknya?”

Syakira: “Sudah, sering banget lihat dari konten influencer atau review di marketplace. Bahkan sempat masuk wishlist aku juga beberapa kali.”

Penulis: “Waktu pertama kali lihat produk tas lokal, apa yang kamu rasain?”

Syakira: “Terkesan banget, terutama karena desainnya modern dan nggak norak. Packagingnya juga rapi, jadi keliatan eksklusif meskipun lokal.”

Penulis: “Pas kamu lihat pertama kali, hal pertama yang kamu perhatikan apa sih? Isi produknya, kemasannya, atau informasi lainnya?”

Syakira: “Biasanya desain sama feel dari brand-nya. Tapi kalau kemasannya bagus juga, aku langsung merasa brand itu serius banget jualan produknya.”



© 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

Penulis: “Kalau ada produk yang isi dan kualitasnya oke, tapi dikemas dalam kemasan yang menarik, itu bikin kamu lebih tertarik nggak?”

Syakira: “Iya, karena bikin pengalaman beli jadi lebih menyenangkan. Rasanya kayak dapet hadiah kalau kemasannya menarik, hehe.”

Penulis: “Menurut kamu pribadi, kemasan yang menarik itu penting nggak sih buat sebuah produk?”

Syakira: “Penting banget, karena itu nambah nilai jual. Jadi kita merasa barang itu premium, walaupun harganya nggak terlalu mahal.”

Penulis: “Kalau desain kemasan yang baik, menurut kamu bisa nggak sih ngasih citra yang baik juga buat brandnya?”

Syakira: “Setuju. Desain kemasan bisa ningkatin image brand, bikin lebih gampang diingat, dan kelihatan lebih profesional.”

Penulis: “Kamu pernah nggak beli suatu produk karena kemasannya menarik?”

Syakira: “Pernah banget. Bahkan aku simpan box-nya karena lucu dan sayang dibuang. Tapi tentunya juga karena isi produknya bagus ya.”

Penulis: “Kalau menurut kamu, kemasan yang baik itu kayak gimana sih?”

Syakira: “Yang kokoh ya pas pengiriman, terus yang visualnya enak dilihat.”

Penulis: “Kalau untuk produk tas lokal, kamu bayangin kemasan yang cocok itu desainnya seperti apa?”

Syakira: “Yang clean dan elegan. Warna netral, ada logo yang menonjol, dan nggak terlalu banyak elemen. Tapi tetap terkesan santai dan modern.”

Penulis: “Oke Syakira, makasih banyak ya atas waktunya dan jawabannya. Ini sangat membantu untuk tugas akhir aku.”

Syakira: “Sama-sama! Semangat ya ngerjain TAny. Semoga hasilnya keren dan bermanfaat!”



Hak Cipta :

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

6. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 2

Nama Narasumber: Teh Deta

Usia: 25 Tahun

Jabatan: Pegawai Bank

Hari/ Tanggal: 16 Maret 2025

Waktu: 20.30 WIB

Lokasi: Citayam

Penulis: “Halo Teh Deta, makasih banyak sebelumnya udah mau luangin waktunya ya. Aku lagi nyusun tugas akhir tentang desain kemasan produk tas lokal, dan aku pengen tau pendapat dari pengguna seperti Teh Deta nih. Boleh ya aku ajukan beberapa pertanyaan?”

Teh Deta: “Boleh banget ti, silakan. Menarik juga topiknya, aku suka produk lokal!”

Penulis: “Wah, pas banget. Pertama-tama, Teh Deta sendiri tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Teh Deta: “Sangat tertarik, apalagi akhir-akhir ini tas lokal kualitasnya bagus-bagus. Aku pribadi lebih senang beli tas lokal karena rasanya bisa support UMKM juga.”

Penulis: “Kalau untuk brand atau produk tas lokal, Teh Deta udah pernah lihat atau bahkan beli sebelumnya?”

Teh Deta: “Sudah. Beberapa kali aku bahkan beli juga. Banyak brand lokal yang elegan dan cocok dipakai ke kantor, jadi nggak perlu selalu beli dari brand luar.”

Penulis: “Kesan pertama Teh Deta waktu melihat produk tas lokal itu seperti apa?”

Teh Deta: “Impressed sih. Dari segi model dan warna, udah sesuai selera aku yang suka tas simpel tapi tetap kelihatan mewah. Kemasannya juga sekarang makin niat, jadi bikin seneng lihatnya.”



© 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

Penulis: “Kalau pertama kali melihat produk, hal apa yang paling diperhatikan?”

Teh Deta: “Desain dan bahan pastinya. Tapi kalau sampai packaging-nya juga diperhatikan, aku langsung nilai plus karena kelihatan lebih niat dan profesional.”

Penulis: “Menurut Teh Deta, kalau sebuah produk dibungkus dengan kemasan menarik, apakah itu bisa bikin lebih tertarik untuk beli?”

Teh Deta: “Iya, karena jadi lebih yakin sama produknya. Apalagi kalau untuk kado atau hadiah, kemasan itu penting banget.”

Penulis: “Menurut pendapat pribadi, penting nggak sih kemasan yang menarik untuk sebuah produk?”

Teh Deta: “Sangat penting, karena itu menunjukkan bahwa brand menghargai produknya dan konsumennya juga.”

Penulis: “Kalau desain kemasan yang baik, apakah bisa memberikan citra positif untuk brand?”

Teh Deta: “Setuju ti. Kalau kemasannya bagus, kita jadi merasa brand itu serius dan profesional. Itu bisa jadi daya tarik sendiri.”

Penulis: “Pernah nggak sih Teh Deta beli produk cuma karena kemasannya menarik?”

Teh Deta: “Iya, dan rasanya puas banget pas unboxing. Tapi kalau produknya nggak sesuai harapan, tetap jadi pelajaran sih. Tapi kalau dua-duanya bagus, pasti repeat order!”

Penulis: “Kalau menurut Teh Deta, kemasan yang baik itu seperti apa ya?”

Teh Deta: “Yang aman untuk pengiriman, tapi tetap estetik. Misalnya box yang kokoh dan desain elegan, plus ada detail seperti pita atau thank you card.”

Penulis: “Kalau untuk produk tas lokal seperti Levaya, kira-kira desain kemasan yang cocok tuh seperti apa?”

Teh Deta: “Desainnya elegan dan feminin. Warna-warna lembut seperti nude, beige, atau soft pink cocok banget. Harus ada identitas brand juga yang jelas.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penulis: “Makasih banyak Teh Deta untuk jawabannya yang lengkap dan insightful banget! Ini bakal sangat membantu untuk tugas akhir aku.”

Teh Deta: “Sama-sama ya! Semoga tugas akhirnya lancar dan hasilnya memuaskan. Sukses terus!”





Hak Cipta :

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

7. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 3

Nama Narasumber: Resti

Usia: 21 Tahun

Jabatan: Mahasiswi

Hari/ Tanggal: 21 Maret 2025

Waktu: 13.20 WIB

Lokasi: Depok

Penulis: “Halo Resti! Makasih banget udah bersedia luangin waktu buat bantu aku ya. Jadi, aku lagi ngerjain tugas akhir tentang desain kemasan produk tas lokal, dan pengen banget tau pandangan dari mahasiswa kayak kamu.”

Resti: “Wah, seru banget tuh! Boleh banget kok, semoga jawabanku bisa ngebantu.”

Penulis: “Amin! Oke, langsung aja ya. Pertama-tama, kamu tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Resti: “Iya banget! Apalagi sekarang banyak banget brand lokal yang estetik dan harganya lebih ramah di kantong mahasiswa. Nggak perlu beli yang mahal-mahal, tapi tetap kelihatan fashionable.”

Penulis: “Kalau brand atau produk tas lokal gitu, kamu udah pernah lihat atau tahu sebelumnya?”

Resti: “Sering banget lihat di TikTok shop, Shopee, sama Instagram. Banyak yang masuk FYP karena review-nya bagus-bagus, dan banyak juga influencer yang pakai.”

Penulis: “Pas kamu lihat produk tas lokal itu pertama kali, kesannya gimana?”

Resti: “Awalnya nggak nyangka sih kalau itu brand lokal. Soalnya dari desain dan packaging-nya udah keliatan kayak brand luar. Jadi makin penasaran dan pengen coba beli.”

Penulis: “Kalau pas lihat produk, bagian apa dulu yang kamu perhatikan?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Resti: “Aku lihat warnanya dulu, terus desain dan vibe keseluruhannya. Kalau fotonya bagus dan ada kemasan yang estetik, itu langsung bikin aku klik produknya.”

Penulis: “Kalau ada produk yang dikemas dengan menarik, bikin kamu jadi lebih tertarik juga nggak?”

Resti: “Iya dong, karena aku tuh anaknya visual banget. Kalau kemasannya bagus, aku merasa lebih senang nerima paketnya dan bisa aku share juga ke Instagram story.”

Penulis: “Menurut kamu, kemasan yang menarik penting nggak sih buat sebuah produk?”

Resti: “Penting banget, apalagi buat first impression. Kemasan yang menarik tuh bisa bikin kita lebih yakin buat beli, walaupun belum pernah pegang langsung produknya.”

Penulis: “Menurut kamu, desain kemasan yang baik bisa ngasih citra yang baik juga buat brand?”

Resti: “Setuju! Brand yang serius sama desain kemasannya biasanya juga punya perhatian lebih ke kualitas produk. Jadi kita sebagai pembeli juga lebih percaya.”

Penulis: “Pernah nggak kamu beli barang cuma karena kemasannya lucu atau menarik?”

Resti: “Pernah banget! Bahkan aku simpen box-nya karena lucu dan bisa dipakai buat tempat makeup atau barang kecil-kecil.”

Penulis: “Kalau menurut kamu, kemasan yang baik tuh seperti apa?”

Resti: “Yang lucu, unik, terus multifungsi. Kalau bisa box-nya tuh reusable. Aku juga suka yang soft tone warnanya, kayak pastel pink atau lilac gitu.”

Penulis: “Kalau untuk produk tas lokal, kemasan yang cocok menurut kamu kayak gimana?”

Resti: “Warna pastel atau netral yang clean, terus ada logo atau sticker lucu. Gambar nggak perlu banyak, tapi kalau ada ilustrasi simple juga menarik sih.”



© 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

Penulis: “Wah makasih banyak ya, Resti. Jawaban kamu bener-bener membantu banget buat tugas akhirnya. Semoga nanti bisa aku jadikan insight penting di analisis.”

Resti: “Sama-sama! Semoga tugas akhirnya lancar dan hasilnya memuaskan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 4

Nama Narasumber: Hasna

Usia: 22 Tahun

Jabatan: Pegawai Swasta

Hari/ Tanggal: 18 Maret 2025

Waktu: 21.10 WIB

Lokasi: Depo

Penulis: “Hai Hasna! Terima kasih banyak ya udah nyempetin waktu buat bantuin aku. Aku sekarang lagi ngerjain tugas akhir tentang desain kemasan produk tas lokal, dan pengen banget tahu pendapat kamu sebagai pengguna yang aktif juga di media sosial.”

Hasna: “Wah, seru banget! Topiknya menarik ya. Ayo, boleh banget, tanya-tanya aja!”

Penulis: “Oke deh. Pertama-tama, kamu sendiri tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Hasna: “Tertarik banget! Sekarang tuh tas-tas lokal desainnya makin bagus dan kualitasnya juga udah bersaing sama brand luar. Aku sendiri lebih suka beli produk lokal karena merasa bisa support bisnis dalam negeri, apalagi kalau desainnya sesuai selera.”

Penulis: “Kalau gitu, kamu udah pernah lihat atau tahu produk tas lokal sebelumnya?”

Hasna: “Udah dong. Aku sering lihat di Instagram atau TikTok. Bahkan beberapa temen aku juga udah mulai pakai tas lokal buat kerja karena memang terlihat stylish dan tetap profesional.”

Penulis: “Pas pertama kali kamu lihat produk tas lokal, gimana kesan kamu?”

Hasna: “Jujur ya, aku kaget karena ekspektasi awal tuh mikirnya desainnya standar aja. Tapi ternyata begitu lihat langsung, model dan bahannya tuh oke banget. Ada sentuhan elegan yang bikin tampilannya nggak kalah sama tas impor.”



© 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

Penulis: “Kalau kamu ngelihat produk tas, biasanya hal pertama yang kamu perhatikan itu apa?”

Hasna: “Aku biasanya liat bentuk tasnya dulu, apakah cocok buat kerja atau daily use. Tapi setelah itu baru liat kemasannya juga, karena kalau kemasannya keren, rasanya tuh lebih percaya sama kualitas produk di dalamnya.”

Penulis: “Kalau ada produk dengan kemasan yang menarik, kamu jadi lebih tertarik nggak untuk beli?”

Hasna: “Iya sih, karena menurutku kemasan itu jadi nilai tambah. Rasanya lebih spesial kalau unboxingnya bikin seneng, apalagi kalau bisa difoto dan dishare juga ke sosmed, hehe.”

Penulis: “Menurut kamu pribadi, penting nggak sih kemasan yang menarik buat suatu produk?”

Hasna: “Penting banget, karena buat aku kemasan tuh kayak wajah dari produknya. Kalau tampilannya bagus, otomatis kita jadi lebih percaya dan merasa dihargai sebagai pembeli.”

Penulis: “Kalau dari segi branding, menurut kamu desain kemasan yang baik bisa ngasih citra positif buat brand?”

Hasna: “Setuju banget! Apalagi buat produk fashion kayak tas, branding itu penting. Desain kemasan bisa nunjukkin karakter brand itu sendiri. Kalau dikemas dengan elegan, kesannya jadi lebih premium.”

Penulis: “Pernah nggak sih kamu beli produk karena kemasannya yang menarik?”

Hasna: “Iya, aku pernah beli pouch karena lihat packagingnya lucu banget. Jadi walaupun awalnya nggak butuh-butuh amat, tapi karena tampilannya menarik jadi kepincut juga, haha.”

Penulis: “Kalau menurut kamu, kemasan yang baik itu seperti apa sih?”

Hasna: “Menurutku kemasan yang bahannya kokoh, nggak mudah rusak saat pengiriman, terus desainnya clean tapi tetap punya ciri khas.

Penulis: “Nah, kalau untuk produk tas lokal seperti Levaya, menurut kamu desain kemasan seperti apa yang cocok?”



© 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

Hasna: “Yang simpel tapi tetap elegan. Mungkin pakai warna-warna netral kayak beige, cream, atau coklat. Jangan terlalu ramai desainnya, tapi tetap ada informasi produk yang jelas dan logo brand yang kelihatan.”

Penulis: “Makasih banyak ya Hasna, udah jawab dengan detail dan lengkap. Ini ngebantu banget buat bahan perancangan aku nanti.”

Hasna: “Sama-sama! Semangat ya ngerjain TAny.”





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

9. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 5

Nama Narasumber: Bella

Usia: 32 Tahun

Jabatan: Pegawai Swasta dan Content Creator

Hari/ Tanggal: 8 April 2025

Waktu: 20.10 WIB

Lokasi: Jakarta

Penulis: “Halo Kak Bella! Makasih banyak udah mau meluangkan waktunya buat ngobrol sebentar. Aku lagi ngerjain tugas akhir tentang kemasan produk tas lokal, dan menurutku insight dari content creator kayak Kak Bella pasti bakal insightful banget!”

Bella: “Hai juga! Wah, seru ya topiknya. Senang banget bisa bantu, apalagi aku emang suka sama produk lokal. Yuk, mulai aja.”

Penulis: “Oke, pertanyaan pertama nih. Kak Bella sendiri tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Bella: “Tertarik dong! Sekarang produk lokal udah banyak yang keren banget, apalagi kalau mereka punya cerita di balik brandnya. Aku selalu senang support lokal brand yang punya value.”

Penulis: “Wah, keren! Terus Kak Bella udah pernah lihat atau tahu produk tas lokal sebelumnya?”

Bella: “Iya, bahkan aku pernah liat VT kerja sama beberapa brand lokal. Banyak banget yang kualitasnya oke dan punya branding yang kuat.”

Penulis: “Gimana sih kesan pertama Kak Bella waktu melihat produk tas lokal?”

Bella: “Aku langsung impressed. Banyak brand yang detail banget mikirin konsep sampai kemasannya, jadi keliatan banget niatnya. Dan itu bikin kita jadi lebih respect sama produk lokal.”



© 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

Penulis: “Kalau Kak Bella biasanya pertama kali memperhatikan apa saat lihat produk tas lokal? Apakah isi produknya, kemasannya, atau mungkin informasi produk?”

Bella: “Dari segi visual pasti lihat desain dulu. Tapi sebagai orang yang kerja di bidang kreatif, kemasannya juga jadi perhatian utama karena itu bagian dari image brand.”

Penulis: “Kalau begitu, selain isi produk, apakah kemasannya yang menarik bisa membuat Kak Bella lebih tertarik juga?”

Bella: “Pasti. Kemasan itu bikin produk terasa lebih valuable. Apalagi kalau estetik, bisa jadi bahan konten juga, jadi secara nggak langsung juga bantu promosi brandnya.”

Penulis: “Menurut Kak Bella, apakah kemasannya yang menarik itu penting untuk sebuah produk?”

Bella: “Sangat penting. Karena first impression datang dari packaging. Kalau dari luar aja udah menarik, orang pasti lebih penasaran dengan isi produknya.”

Penulis: “Setuju banget! Terus menurut Kakak, desain kemasannya yang baik bisa kasih citra positif ke brand juga nggak?”

Bella: “Iya. Kemasan tuh punya peran besar dalam membentuk persepsi orang tentang brand itu. Desain yang thoughtful dan rapi bisa bikin brand kelihatan lebih profesional.”

Penulis: “Kak Bella pernah beli produk karena kemasannya menarik?”

Bella: “Sering malah, hahaha. Tapi biasanya aku juga cek kualitas produknya. Tapi kemasannya yang menarik bisa banget jadi faktor penentu buat coba pertama kali.”

Penulis: “Menurut Kakak, kemasannya yang baik tuh kayak gimana?”

Bella: “Kemasannya yang fungsional, nggak berlebihan tapi tetap terlihat premium.”

Penulis: “Dan terakhir, menurut Kak Bella, desain kemasannya seperti apa sih yang cocok untuk produk tas lokal?”



© 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

Bella: “Desain yang minimalis tapi elegan, warna netral atau earth tone, terus jangan lupa ada detail kecil yang khas biar orang langsung ingat itu dari brand mana.”

Penulis: “Wah, makasih banget Kak Bella! Jawabannya insightful dan bermanfaat banget buat aku. Sukses selalu untuk karya dan kontennya ya!”

Bella: “Sama-sama! Semoga tugas akhirnya lancar dan hasilnya memuaskan, ya. Semangat terus!”





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

10. Lampiran Transkrip Wawancara dengan Target Market Levaya 6

Nama Narasumber: Aya

Usia: 22 Tahun

Jabatan: Internship

Hari/ Tanggal: 20 Maret 2025

Waktu: 21.00 WIB

Lokasi: Jakarta

Penulis: “Hai Aya! Makasih banyak ya udah mau bantuin aku buat tugas akhir. Aku lagi riset tentang kemasan produk tas lokal, dan aku pengen denger pendapat kamu sebagai target market yang aktif juga di platform digital.”

Aya: “Hai juga! Wah, seru banget topiknya. Boleh banget, aku suka kok ngobrolin soal produk lokal. Yuk langsung aja!”

Penulis: “Oke, pertanyaan pertama, kamu tertarik nggak sih sama produk tas lokal?”

Aya: “Tertarik banget! Sekarang tuh produk tas lokal udah makin keren, banyak yang desainnya nggak kalah sama brand luar. Apalagi harganya juga masih masuk akal, jadi menurutku worth it banget buat dibeli.”

Penulis: “Wah keren! Kalau produk tas lokal itu kamu udah pernah lihat atau tahu sebelumnya?”

Aya: “Iya, sering banget lihat di Instagram atau Shopee. Kadang aku juga follow akun-akun lokal brand karena suka sama konsep dan desain mereka yang unik.”

Penulis: “Pas pertama kali kamu lihat produk tas lokal, apa yang kamu rasain?”

Aya: “Kesan pertama sih kayak, ‘Wah ini beneran lokal?’ Soalnya keliatan premium banget. Dari pemilihan warna, bahan, sampai cara mereka foto produknya tuh udah niat. Jadi makin bangga sama produk lokal.”



© 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

Penulis: “Kalau kamu perhatiin suatu produk, yang pertama kamu lihat biasanya apa?”

Aya: “Biasanya aku perhatiin desain dan kualitas jahitannya sih. Tapi kalau kemasannya bagus dan estetik, itu pasti langsung menarik perhatian juga.”

Penulis: “Selain isi produk, kalau kemasannya menarik, kamu makin tertarik nggak?”

Aya: “Iya, karena menurutku kemasannya itu bikin pengalaman unboxing jadi lebih seru. Kayak rasanya lebih spesial aja kalau packaging-nya diperhatiin dengan baik.”

Penulis: “Menurut kamu, kemasannya yang menarik itu penting nggak sih buat sebuah produk?”

Aya: “Penting banget. Kemasannya itu bagian dari branding, apalagi buat anak muda yang suka sharing di media sosial. Kalau kemasannya kece, bisa jadi media promosi gratis juga kan?”

Penulis: “Setuju! Nah, menurut kamu desain kemasannya yang baik bisa memberikan citra yang baik juga nggak buat brand-nya?”

Aya: “Setuju. Dari kemasannya aja kita bisa nilai brand itu profesional atau nggak. Kalau rapi dan menarik, kesannya jadi lebih premium juga.”

Penulis: “Kamu pernah nggak sih beli produk cuma karena kemasannya menarik?”

Aya: “Pernah banget, apalagi produk-produk kecil kayak aksesoris atau skincare. Tapi ya tetap dilihat juga sih isinya apa. Tapi kemasannya emang punya pengaruh besar buat keputusan beli.”

Penulis: “Menurut kamu pribadi, kemasannya yang baik itu seperti apa?”

Aya: “Menurutku kemasannya yang kuat, ukurannya pas sama produknya, terus desainnya simple tapi sweet. Bahan kemasannya juga penting.”

Penulis: “Kalau untuk produk lokal, menurut kamu desain kemasannya seperti apa yang paling cocok?”

Aya: “Desain yang bersih, nggak terlalu banyak elemen. Warna soft yang elegan cocok banget sih, terus ada sentuhan khas lokal biar tetap punya identitas.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Penulis: “Wah, makasih banget ya Aya!”

Aya: “Sama-sama! Seneng bisa bantu. Semangat terus ngerjain tugas akhirnya!”



Hak Cipta :

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



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

11. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 1

Narasumber: Nurma

Profesi: Admin (23 tahun)

Tanggal: 25 Juni 2025



Menurut kamu, kemasannya kuat nggak?

Iya, menurut aku sih cukup kuat ya. Nggak gampang penyok, terus feel-nya juga kokoh gitu, jadi kesannya premium.

Kemasannya mudah dibawa dan dibuka nggak?

Mudah banget dibawa karena ada handle-nya, tapi pas buka pertama kali sempat bingung sih... kayaknya kunciannya depannya harus agak dijelasin atau diperjelas.

Kesan pertama pas lihat desain kemasannya menurut kamu gimana?

Gemes! Warna pink-nya dapet banget, terus ilustrasinya tuh keliatan muda dan fun, cocok banget buat cewek-cewek muda.

Informasinya udah cukup jelas?



© 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

Udah, informasi cukup lengkap. Ada logo, ada slogan, sosmed juga ada. Tapi ilustrasinya menurutku agak kegedean, mungkin bisa dkecilin dikit.

Dari segi tulisan sama gambarnya gimana?

Tulisan readable, ukuran pas. Gambarnya manis dan nggak berlebihan.

Komposisinya rapi juga.

Menurut kamu, desain ini cocok nggak buat anak muda atau anak kuliah?

Cocok banget! Bener-bener sesuai buat target market anak muda. Desainnya ringan, nggak kaku, tapi tetap kelihatan niat.





© 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

12. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 2

Narasumber: Sukma

Profesi: Akuntan (22 tahun)

Tanggal: 25 Juni 2025



Menurut kamu, kemasannya kuat nggak?

Kuat kok. Pegangannya juga solid. Pas dibawa tuh nggak takut jebol atau robek.

Kemasannya mudah dibawa dan dibuka nggak?

Dibawa gampang banget karena bentuknya kayak tas.

Kesan pertama pas lihat desain kemasannya menurut kamu gimana?

Desainnya manis tapi tetap profesional. Warna merahnya bikin elegan juga.

Informasinya udah cukup jelas?

Cukup jelas. Semua elemen ada, penempatan logo juga enak dilihat. Cuma kalau bisa, teks warna putihnya ditebelin dikit biar makin kelihatan di atas merah.

Dari segi tulisan sama gambarnya gimana?



© 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

Tulisannya clean. Gambarnya juga nggak terlalu ramai. Aku suka sih, apalagi ada elemen pita dan kartu itu, lucu!

Menurut kamu, desain ini cocok nggak buat anak muda?

Iya, cocok! Tapi menurutku juga masih bisa kepace buat market di atas 25 tahun karena nggak childish.





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

13. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 3

Narasumber: Gwen

Profesi: Desainer Grafis (21 tahun)

Tanggal: 26 Juni 2025



Menurut kamu, kemasannya kuat nggak?

Relatif kuat. Apalagi pakai e-flute gitu ya? Strukturannya udah bagus, dan handle-nya pas banget.

Kemasannya mudah dibawa dan dibuka nggak?

Iya, tapi aku saranin buat tambahin semacam locking system yang lebih kuat.

Biar kalau diisi barang agak berat, tetap aman.

Kesan pertama pas lihat desain kemasannya menurut kamu gimana?

Desainnya playful tapi nggak terlalu rame. Typography-nya konsisten dan warnanya nggak terlalu mencolok, jadi enak dilihat.

Informasinya udah cukup jelas?

Sudah, lebih terarah kalau mau follow-up instagram.

Dari segi tulisan sama gambarnya gimana?

Secara proporsi udah bagus, nggak ada yang numpuk atau saling ganggu.

Tipografinya friendly dan cocok sama brand.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Menurut kamu, desain ini cocok nggak buat anak muda?

Banget! Terutama buat market cewek umur 18–25, ini pas banget.



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

14. Lampiran Transkrip Wawancara Testing dengan target market Levaya 4

Narasumber: Juliana

Profesi: Mahasiswa (20 tahun)

Tanggal: 26 Juni 2025



Menurut kamu, kemasannya kuat nggak?

Kuat sih, aku sempat pencet-pencet juga nggak berubah bentuknya. Jadi aman banget kalau dipakai buat ngirim barang juga.

Kemasannya mudah dibawa dan dibuka nggak?

Iya, bentuknya kayak tas, jadi gampang banget dibawa. Tapi cara bukanya awalnya agak bingung karena desain bagian atasnya kayak nyaru.

Kesan pertama pas lihat desain kemasannya menurut kamu gimana?

Lucu dan eye catching! Aku suka sama motif garisnya, terus warna merahnya bikin kemasannya lebih stand out.

Informasinya udah cukup jelas?

Udah cukup sih, semua udah ada. Tapi mungkin bisa ditambah logo kecil di bagian atas dan bawah kartu itu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dari segi tulisan sama gambarnya gimana?

Gambar dan tulisan udah sesuai. Ukurannya nggak terlalu besar, jadi tetap estetik dan nggak berantakan.

Menurut kamu, desain ini cocok nggak buat anak muda?

Cocok! Apalagi yang suka hal-hal berbau estetik dan girly.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

15. Bukti Pelaksanaan TOEIC

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

1015/PL.3.A.11/BB.05.03/2025

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**
CERTIFICATE
ENGLISH COMPETENCY TEST

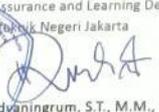
This is to certify that

Name **PUTRI HARYANI**
Reg. Number **2106422002**
Institution **POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**
Place and Date of Test **POLITEKNIK NEGERI JAKARTA, June 4th 2025.**

has achieved converted score in TOEIC® as listed below

Listening Comprehension	Reading Comprehension	TOEIC® Prediction Score	Maximum Score
425	305	730	990

Center for Quality Assurance and Learning Development
Politeknik Negeri Jakarta


Dr. Dyan Nurwidyaningrum, S.T., M.M., M.Ars.
NIP 197407061999032001

TOEIC® is registered trademark of Educational Testing Services (ETS). There is no relationship between Language Center of Politeknik Negeri Jakarta and ETS, and ETS does not endorse or approve this prediction test.
*) this certificate is valid for 1 year since the date of the test.

FOR INTERNAL USE ONLY

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

16. Turnitin

bab 1-4 levaya.pdf

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.pnj.ac.id

Internet Source

3%

2

jurnal.umj.ac.id

Internet Source

2%

3

ejournal.unesa.ac.id

Internet Source

1%

4

boss cetak.com

Internet Source

1%

5

docplayer.info

Internet Source

<1%

6

id.berita.yahoo.com

Internet Source

<1%

7

text-id.123dok.com

Internet Source

<1%

8

bagusinprinter.com

Internet Source

<1%

9

core.ac.uk

Internet Source

<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

17. Data Riwayat Hidup

PUTRI HARYANI

Depok City, West Java

linkedin.com/in/putriharyani | +6285212753536 | Putrihryn@gmail.com |
@nothingjustptr

About

I am a 7th-semester student in a Bachelor's program in Graphic Design, with 2 years of professional experience in the field. I am seeking an internship to further develop my soft and hard skills, with the goal of becoming a principal designer.

Education

Jakarta State Polytechnic – Depok City, August, 2021 – August, 2025.
Indonesia.
D-4, Department of Graphic Engineering and Publishing/Graphic Design Study Program. GPA: 3.57 (75 credits)

Professional Experience

MAP Sephora Indonesia – Jakarta, Indonesia.

February, 2024 – June, 2024.

Graphic Designer and Visual Merchandiser.

During my internship as a Visual Merchandiser at Sephora, I have been actively involved in various aspects of visual merchandising and campaign execution. I have worked on notable campaigns such as brand animations for L'atelier, Rare Beauty, Briogeo, Sephora Collection, and BOTF. My responsibilities included conducting store visits and activation checks to ensure successful implementation, performing thorough checks on every POSM display, and sometimes implementing product displays according to the planogram specifications I had created. Additionally, I designed and prepared print artwork for Sephora's campaigns and created ecatalog campaigns. For my end project, I contributed to the "Perfect Summer Vibes" fixture endcap project for the opening of Sephora's newest store in Icon Bali. This project involved brainstorming, design iterations, collaboration with stakeholders.

Chic Claws (Press On Nails) Brand Design – Depok, Indonesia.



© 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

September, 2023 – January, 2024.

Graphic Designer.

During the creation of the Chic Claws brand, I led the entire process from packaging design to the final product. Crafting various captivating packaging designs to attract potential customers. These designs reflected the quality and excellence of our products. Focusing on design honed my skills in product design, contributing to the success of the Chic Claws brand.

UPATIK PNJ – Depok, Indonesia.

March, 2023 – July, 2023.

Account Executive.

Working with clients who want to design a company profile is responsible for understanding the client's needs, managing the design project, and ensuring that the final result meets the client's expectations. Work in team coordination, communicate with clients.

Jakarta State Polytechnic – Depok, Indonesia. September, 2022 – January, 2023 *Graphic Designer.*

Designing lunch box and snack box packaging for Canteen Spirit involves these steps: concept development, sketching alternative designs, finalizing the design, creating a digital mock-up, printing a physical mock-up, producing a prototype, and testing for usability and appeal. After refining the design, proceed to production.

Jakarta State Polytechnic – Depok, Indonesia.

September, 2022 – January, 2023.

Graphic Designer.

Designing desk calendar and wall calendar design for Jakarta State Polytechnic, involves these steps: concept development, sketching alternative designs, finalizing the design, creating a digital mock-up, printing a physical mock-up, and produce a prototype.

Dee's Art by Erna Dee's – North Sukabumi, Indonesia.

April, 2022 – July, 2022.

Graphic Designer.

Successfully handled the company's brand concept, including designing logo, labels, product packaging and executing online and offline advertising needs.



© 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

Organization & Volunteer

Volleyball/Jakarta State Polytechnic

Member

September 2021 – Present

– December, 2021

TGP Galaxy Committee/Jakarta
State Polytechnic

Decoration Division

January, 2022 – Present

Teriak Community/Jakarta State
Polytechnic

Mural Division

Pasar Rame Exhibition Department
TGP/Jakarta State Polytechnic K3

Division

Certificate

World English Kampung Inggris

Pare Program 2nd week

Skills & Competencies

Supporting Skills

- Speak English for working proficiency, Presentation, Attention to detail, Collaboration, and Stakeholders Management.

Tools

- Sketch, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, 3D Max.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA