



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK MAKANAN MANIS
SEBAGAI MEDIA *BRANDING* BUTTERJOY.LAB**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**ALIF LUQMANUL HAKIM
2206421067**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Kemasan Produk Makanan Manis
Sebagai Media *Branding* ButterJoy.Lab

Penulis : Alif Luqmanul Hakim

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 02 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds.

NIP.199005112019032019

**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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK MAKANAN
MANIS SEBAGAI MEDIA *BRANDING* BUTTERJOY.LAB**

Oleh:
Alif Luqmanul Hakim
2206421067

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP 198911012025062002

Penguji II

Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si.
NIP 197209021995122001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP 19881215201832001

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**

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



© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Desain Kemasan Produk Makanan Manis Sebagai Media *Branding ButterJoy.Lab*

adalah karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA





Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar makanan manis serta meningkatnya kebiasaan pembelian secara *takeaway* dan *online* mendorong pelaku UMKM kuliner untuk memiliki kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media branding. ButterJoy.Lab merupakan UMKM makanan manis *homemade* di Tangerang Selatan yang menjual berbagai produk makanan manis seperti *brownies*, *cookies*, *choux*, dan *basque burnt cheesecake*. Namun, kemasan yang digunakan masih berupa kemasan standar dengan tambahan stiker sederhana, sehingga identitas visual brand belum diterapkan secara konsisten dan struktur kemasan belum sepenuhnya mendukung keamanan produk saat dibawa maupun dikirim. Perancangan ini bertujuan untuk merancang desain kemasan sebagai media branding yang mampu merepresentasikan identitas visual ButterJoy.Lab serta merancang struktur kemasan yang aman untuk mendukung penjualan *takeaway* dan *online*. Metode yang digunakan adalah *mixed methods* melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, analisis kompetitor, dan analisis SWOT. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan pendekatan Design Thinking melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil perancangan menghasilkan kemasan dengan konsep visual *homemade*, *comfy*, *minimalist*, dan *elegant*. Konsep tersebut diterapkan melalui skema warna analog hangat, elemen *steam* mengalir sebagai visual utama, *layout clean*, *white space*, serta kombinasi *decorative font* dan *sans serif font*. Struktur kemasan dirancang dalam bentuk *box* dengan *handle*, sistem *auto lock bottom*, dan sekat bagian dalam untuk menjaga produk agar tidak saling menempel, bergeser, atau rusak. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi kemasan yang fungsional sekaligus memperkuat citra ButterJoy.Lab sebagai *brand* makanan manis *homemade* yang hangat, nyaman, dan premium namun tetap terjangkau.

Kata kunci: ButterJoy.Lab, Desain Kemasan, Media Branding, Makanan Manis, *Homemade*, 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

ABSTRACT

The growth of the sweet food market and the increasing habit of takeaway and online purchasing encourage culinary MSMEs to develop packaging that functions not only as product protection, but also as a branding medium. ButterJoy.Lab is a homemade dessert MSME in South Tangerang that offers various sweet products such as brownies, cookies, choux, and basque burnt cheesecake. However, the current packaging still uses standard packaging with a simple sticker, so the brand's visual identity has not been applied consistently and the packaging structure has not fully supported product safety during takeaway and delivery. This design project aims to create packaging as a branding medium that represents the visual identity of ButterJoy.Lab and to develop a safe packaging structure to support takeaway and online sales. The method used is mixed methods through observation, interviews, questionnaires, literature studies, competitor analysis, and SWOT analysis. The collected data were then processed using the Design Thinking approach through the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. The design process resulted in packaging with a visual concept based on the tone and manner of homemade, comfy, minimalist, and elegant. The concept is applied through a warm analogous color scheme, flowing steam as the main visual element, clean layout, white space, and a combination of decorative and sans serif fonts. The packaging structure is designed in the form of a box with a handle, an auto lock bottom system, and an inner divider to prevent products from sticking, shifting, or being damaged. This design is expected to become a functional packaging solution while strengthening ButterJoy.Lab's image as a warm, comfortable, and premium yet affordable homemade dessert brand.

Keywords: ButterJoy.Lab, Packaging Design, Branding Medium, Dessert, Homemade, 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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan sehingga Tugas Akhir dengan judul Perancangan Desain Kemasan Produk Makanan Manis sebagai Media *Branding* ButterJoy.Lab dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan akademik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.

Penyusunan Tugas Akhir ini melibatkan proses perancangan, pengumpulan data, analisis kebutuhan, pengembangan konsep visual, serta evaluasi desain yang disesuaikan dengan karakter dan identitas *brand* ButterJoy.Lab. Proses tersebut memberikan pengalaman akademik yang memperdalam pemahaman dalam bidang desain kemasan serta penerapannya sebagai media *branding* yang efektif.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta, atas kebijakan dan fasilitas akademik yang mendukung proses pendidikan.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik, atas arahan dan dukungan selama proses akademik.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis, atas bimbingan dan pengelolaan akademik yang mendukung kelancaran penyusunan Tugas Akhir.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku dosen pembimbing, atas waktu, arahan, masukan, dan bimbingan yang diberikan selama proses perancangan dan penulisan Tugas Akhir.
5. Orang tua serta keluarga, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan moral selama proses belajar hingga penyusunan laporan ini
6. Sahabat terdekat yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan perancangan dan penulisan Tugas Akhir.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tugas Akhir 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, Juli 2026

Alif Luqmanul Hakim

NIM: 2206421067





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 LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	6
2.1 Branding Pada Kemasan	6
2.2 Kemasan	6
2.2.1 Fungsi Kemasan	7
2.2.2 Jenis Kemasan	7
2.2.3 Struktur dan Material Kemasan	9
2.3 Elemen Desain Pada Kemasan	15
2.3.1 Merek atau Logo	15
2.3.2 Warna	16
2.3.3 Ilustrasi dan Gambar	20
2.3.4 Tipografi	21
2.4 Prinsip Desain	23
2.5 Metode <i>Design Thinking</i>	25
BAB III METODE PERANCANGAN	27



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

3.1	Metode Penelitian	27
3.2	Data dan Analisis	29
3.2.1	Profil Klien	29
3.2.2	Pengetahuan Produk	30
3.2.3	<i>Target Audience</i>	31
3.2.4	Kompetitor <i>Brand</i>	32
3.2.5	<i>Consumer Insight</i>	34
3.2.6	<i>Positioning</i>	38
3.2.7	Analisis SWOT	39
3.3	Arahan Kreatif	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN		45
4.1	Konsep Visual	45
4.1.1	<i>Mindmap</i>	45
4.1.2	<i>Moodboard</i>	46
4.2	Proses Desain	48
4.2.1	Sketsa Struktur Kemasan	48
4.2.2	Sketsa Manual	52
4.2.3	Desain Komprehensif	57
4.2.4	Desain Terpilih	63
4.2.5	<i>Prototype</i>	64
4.2.6	<i>Testing</i>	65
4.2.7	<i>Technical Drawing</i>	68
4.2.8	<i>Final Artwork</i>	69
4.3	Media Pendukung	74
4.4	Pertimbangan Produksi	76
BAB V PENUTUP		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR REFERENSI		82
LAMPIRAN		85



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 GAMBAR

Gambar 2.1 Kemasan	7
Gambar 2.2 Kemasan Primer	8
Gambar 2.3 Kemasan Sekunder	9
Gambar 2.4 Kemasan Tersier	9
Gambar 2.5 <i>Tuck End</i>	10
Gambar 2.6 <i>Glued End</i>	11
Gambar 2.7 <i>Bottom Lock</i>	11
Gambar 2.8 <i>Auto lock bottom</i>	12
Gambar 2.9 <i>One piece Box</i>	12
Gambar 2.10 <i>Two Piece Box</i>	13
Gambar 2.11 Karton Duplex	13
Gambar 2.12 Kertas <i>Ivory</i>	14
Gambar 2.13 <i>Corrugated Paperboard</i>	15
Gambar 2.14 Warna Monokromatik	18
Gambar 2.15 Warna Analog	18
Gambar 2.16 Warna Komplementer	19
Gambar 2.17 Warna Split Komplementer	19
Gambar 2.18 Warna Triadik	20
Gambar 2.19 Ilustrasi dan Gambar Pada Kemasan	21
Gambar 2.20 <i>Serif Font</i>	22
Gambar 2.21 <i>Sans Serif Font</i>	22
Gambar 2.22 <i>Script Font</i>	23
Gambar 2.23 <i>Dekoratif Font</i>	23
Gambar 3.1 Logo ButterJoy.Lab	29
Gambar 3.2 ButterJoy.Lab <i>Product</i>	31
Gambar 3.3 Chaegotreats	32
Gambar 3.4 Mynimanami	33
Gambar 3.5 Bask.burntcheesecake	34



© 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 3.6 <i>Brand Positioning</i>	38
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	46
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Struktur	47
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Surface	47
Gambar 4.4 Sketsa Struktur Alternatif 1	49
Gambar 4.5 Sketsa Struktur Alternatif 2	50
Gambar 4.6 Sketsa Struktur Alternatif 3	51
Gambar 4.7 Sketsa Manual 1	53
Gambar 4.8 Sketsa Manual 2	54
Gambar 4.9 Sketsa Manual 3	55
Gambar 4.10 Sketsa Manual 4	56
Gambar 4.11 Sketsa Manual 5	57
Gambar 4.12 Desain Komprehensif 1	59
Gambar 4.13 Desain Komprehensif 2	61
Gambar 4.14 Desain Komprehensif 3	62
Gambar 4.15 Desain Terpilih	63
Gambar 4.16 Digital Mockup	64
Gambar 4.17 <i>Prototype</i> Cetak	65
Gambar 4.18 <i>Technical drawing</i>	69
Gambar 4.19 <i>Final artwork</i>	70
Gambar 4.20 Tipografi	71
Gambar 4.21 Penerapan Warna	72
Gambar 4.22 Ilustrasi dan Elemen Visual	73
Gambar 4.23 Facade Banner	75
Gambar 4.24 Menu <i>Tent card</i>	76



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

Table 1 <i>Consumer Insight</i>	37
Table 2 Analisis SWOT	39
Table 3 Arahan Kreatif.....	41
Table 4. Hasil <i>Testing</i>	67





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Transkrip Testing
- Lampiran 5 Dokumentasi Testing
- Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Minat terhadap produk makanan manis atau *dessert* terus meningkat seiring kuatnya pengaruh media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* dalam membentuk preferensi konsumen. Pelaku usaha dituntut menghadirkan produk yang tidak hanya memiliki cita rasa yang baik, tetapi juga tampilan visual yang menarik (Obedienti Parmono, 2025). Hal ini juga didukung oleh data yang menunjukkan bahwa tren konsumsi produk *pastry* dan *bakery* di Indonesia terus mengalami peningkatan, termasuk di kalangan *Gen Z*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2023 menunjukkan adanya kenaikan konsumsi *pastry* dan *bakery* sebesar 2,62 persen dibandingkan tahun sebelumnya (Luthfi dkk., 2025). Adapun survei yang dilakukan oleh Populix menunjukkan bahwa pertimbangan utama konsumen dalam membeli produk makanan manis adalah rasa dan juga harga. Selain itu mereka cenderung lebih memperhatikan aspek kebersihan, serta tampilan dari produk (Nordiansyah, 2025).

Kondisi saat ini juga menunjukkan bahwa penggunaan layanan pesan antar semakin meningkat, salah satunya berdasarkan survei Kumparan tahun 2025 untuk memperingati Hari Pelanggan Nasional 2025 yang melibatkan 800 konsumen aktif digital di sejumlah kota besar seperti Jabodetabek, Surabaya, dan Bandung (Fikrie, 2025). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa konsumen saat ini lebih sering memesan makanan secara *online* dibandingkan sebelumnya, dan tetap berencana menggunakan layanan pemesanan makanan *online* dalam waktu ke depan. Selain itu dalam survei tersebut juga menunjukkan adanya kendala atau masalah yang dialami konsumen dalam penggunaan layanan pesan antar, salah satunya adalah ditemukannya 32% konsumen marketplace yang mengalami kerusakan atau cacat selama proses pengiriman. Padahal kemasan merupakan titik interaksi pertama yang diterima konsumen secara langsung, terutama pada pembelian jarak jauh. Tampilan visual dan mutu kemasan berperan dalam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

membentuk penilaian konsumen terhadap citra merek secara menyeluruh (Moreau, 2020).

Sebaliknya, banyak bisnis belum mengoptimalkan kemasan sebagai media *branding* dan sistem perlindungan produk. Padahal desain kemasan yang efektif perlu mengelola unsur visual seperti warna, tipografi, dan identitas merek secara terarah, serta mampu merepresentasikan karakter produk secara konsisten agar mudah dikenali dan dipahami oleh konsumen (Rimbawan dkk., 2024). Selain itu kemasan dengan tampilan visual yang menarik, memiliki pembeda yang jelas, serta sesuai dengan perkembangan tren mampu menjadi daya tarik awal sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk (Ardiansyah dkk., 2024). Meningkatnya jumlah usaha sejenis membuat tingkat persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan *branding* yang terarah serta kualitas pelayanan dan pengalaman produk bagi konsumen menjadi faktor penting agar bisnis mampu bertahan dan bersaing (Ade, 2023).

Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini dengan adanya data-data yang menunjukkan terjadinya Pertumbuhan pasar jajanan manis, meningkatnya perhatian terhadap visual kemasan, serta tren pembelian daring menunjukkan bahwa kemasan kini menjadi faktor penting dalam penilaian konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari rasa, tetapi juga dari tampilan, keamanan, dan pengalaman saat menerima produk. Kondisi ini menuntut kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu memperkuat *branding*. ButterJoy.Lab sebagai *brand* UMKM makanan manis *homemade* yang berdiri pada tahun 2024 di Tangerang Selatan menjual berbagai produk seperti *brownies*, *cookies*, *choux*, dan *basque burnt cheesecake*. Sistem penjualan didominasi oleh *takeaway* dan *online*. Namun, kemasan yang digunakan masih berupa kemasan standar dengan tambahan stiker sederhana, sehingga identitas visual belum diterapkan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *branding* ButterJoy.Lab saat ini belum berjalan secara optimal. Identitas visual yang telah dimiliki belum diterapkan secara konsisten pada media kemasan, serta tanpa perlindungan yang memadai, kualitas produk dapat menurun sebelum sampai di tangan pembeli.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain kemasan sebagai media *branding* yang mampu merepresentasikan identitas visual secara konsisten dan memperkuat citra *brand* ButterJoy.Lab?
2. Bagaimana merancang struktur kemasan ButterJoy.Lab yang aman untuk mendukung penjualan *takeaway* dan *online*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini berfokus pada permasalahan yang diangkat, sehingga ditetapkan batasan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Perancangan struktur kemasan primer yang aman untuk penjualan *takeaway* dan *online*
2. Penerapan elemen dan prinsip desain grafis dalam perancangan kemasan *brand* ButterJoy.Lab
3. Pengaplikasian desain kemasan ButterJoy.Lab pada media utama dan media turunan yang telah ditentukan

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penyusunan penelitian tugas akhir perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab bertujuan memberi dampak positif, dengan tujuan dan manfaat sebagai berikut.

1. Tujuan

Dalam penyusunan laporan proses perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab, terdapat tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut:

 - a. Merancang desain kemasan sebagai media *branding* yang mampu merepresentasikan identitas visual secara konsisten dan memperkuat citra *brand* ButterJoy.Lab
 - b. Merancang struktur kemasan ButterJoy.Lab yang aman untuk mendukung penjualan *takeaway* dan *online*



Hak Cipta :

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

2. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian Perancangan Desain Kemasan ButterJoy.Lab adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi solusi atas permasalahan *branding* dan kemasan yang dihadapi ButterJoy.Lab, serta membantu meningkatkan daya saing di pasar jajanan manis yang semakin kompetitif.
- b. Memberikan referensi bagi pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang desain grafis, khususnya terkait perancangan desain kemasan sebagai media *branding*

1.5 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang pentingnya dilakukan penelitian perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab, rumusan masalah yang diangkat, batasan ruang lingkup pembahasan, tujuan yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan sistematika penulisan sebagai gambaran umum penyusunan laporan penelitian perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat teori-teori yang berkaitan dengan desain grafis, seperti prinsip dan elemen desain yang diperoleh melalui studi literatur dari buku, jurnal, maupun artikel. Teori-teori tersebut digunakan sebagai dasar penerapan desain pada kemasan ButterJoy.Lab. Selain itu, bab ini juga membahas teori mengenai metode proses desain yang menjadi acuan dalam tahap perancangan desain kemasan. Seluruh teori disusun secara sistematis dan



Hak Cipta :

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

disesuaikan dengan relevansinya terhadap penelitian perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode perancangan yang digunakan berdasarkan kaidah metodologi penelitian desain. Pembahasan meliputi metode riset desain, teknik pengumpulan data, pengolahan serta analisis data, dan arahan kreatif yang menjadi dasar dalam mengidentifikasi masalah serta merumuskan solusi desain kemasan *brand* ButterJoy.Lab

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan dari proses perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab. Pembahasan mencakup tahapan pengembangan desain yang dimulai dari pengolahan data dan analisis kebutuhan, penyusunan konsep visual melalui *mind mapping* dan *moodboard*, eksplorasi struktur kemasan, sketsa manual, digitalisasi desain komprehensif, pemilihan desain terpilih, pembuatan prototype, testing kepada target audience, penyusunan *technical drawing* dan *final artwork*, hingga penerapan elemen visual pada media pendukung.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil proses perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab serta saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengembangan *brand* maupun referensi untuk perancangan sejenis berikutnya.



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 PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab sebagai media *branding* dilakukan melalui metode *mixed methods* dengan pendekatan *design thinking* yang mencakup tahapan riset, analisis kebutuhan, pengembangan konsep, *prototype*, *testing*, hingga *final artwork*. Hasil dari tahapan tersebut menghasilkan konsep visual yang mengacu pada *desain tone and manner*. Konsep visual pada desain diterapkan dan direpresentasikan melalui penggunaan warna hangat seperti *cream butter*, oranye, dan coklat tua, elemen *steam* mengalir, layout *clean*, pemanfaatan *white space*, serta kombinasi *decorative font* dan *sans serif font*. Elemen *steam* mengalir menjadi visual utama yang merepresentasikan aroma hangat, kesan *fresh*, dan karakter *homemade dessert* ButterJoy.Lab, bentuknya yang memanjang dari satu sisi ke sisi lainnya juga memberi kesan lembut, dinamis, dan nyaman, sehingga memperkuat *tone and manner comfy* pada kemasan. Tagline “Homemade Treats, Warm Moments” juga ditambahkan untuk memperkuat pesan *brand* sebagai *homemade dessert* yang hangat, nyaman, dan premium namun tetap terjangkau. Penerapan elemen visual tersebut membuat kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media *branding* yang mampu merepresentasikan identitas visual ButterJoy.Lab secara konsisten dan memperkuat citra *brand*. Penerapan elemen visual yang sama juga digunakan pada media turunan seperti *facade banner* dan *menu tent card* agar identitas visual ButterJoy.Lab tetap konsisten. Dengan demikian, desain kemasan yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media *branding* yang mampu merepresentasikan identitas visual ButterJoy.Lab secara konsisten dan memperkuat citra *brand*.
2. Struktur kemasan ButterJoy.Lab dirancang dalam bentuk *box* dengan *handle* pada bagian atas untuk mendukung kebutuhan *takeaway* dan *online*. Struktur



Hak Cipta :

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

ini dipilih karena memudahkan konsumen saat membawa produk, memiliki bentuk yang cukup kokoh, serta dapat menampung produk *dessert* dengan lebih aman. Pada bagian dalam kemasan ditambahkan sekat atau pembatas yang berfungsi untuk memisahkan produk agar tidak saling menempel, bergeser, atau rusak saat dibawa maupun dikirim. Material yang digunakan adalah kertas *ivory* 300 gram dengan *finishing* laminasi *glossy* untuk mendukung kekuatan struktur dan menjaga kualitas visual kemasan. Berdasarkan hasil *testing*, kemasan dinilai mudah dibuka, mudah ditutup kembali, praktis dibawa, serta mampu membantu menjaga produk. Dengan demikian, struktur kemasan yang dirancang dapat mendukung keamanan produk ButterJoy.Lab untuk kebutuhan penjualan *takeaway* dan *online*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan desain kemasan ButterJoy.Lab yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Melihat potensi ButterJoy.Lab sebagai UMKM *homemade dessert* yang saat ini mulai berkembang dan memiliki peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas, diperlukan penguatan *branding* yang lebih fokus dan konsisten. Hal ini penting karena ButterJoy.Lab tidak hanya membutuhkan kemasan sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu membangun citra *brand*. Oleh karena itu, disarankan agar identitas visual yang telah dirancang dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media, seperti kemasan dengan ukuran berbeda, media sosial, buku menu, *sticker*, *paper bag*, dan media promosi lainnya. Konsistensi visual tersebut dapat membantu konsumen mengenali karakter ButterJoy.Lab sebagai *brand homemade dessert* yang hangat, nyaman, dan premium namun tetap terjangkau.
2. Untuk penelitian atau perancangan selanjutnya, disarankan adanya uji efektivitas secara lebih luas terhadap desain kemasan sebagai media *branding*. Pengujian tersebut dapat dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap *brand awareness*, *brand recall*, minat beli, kepuasan konsumen, dan keputusan pembelian. Selain itu, pengembangan juga dapat dilakukan pada

aspek struktur kemasan untuk kebutuhan penjualan *online* melalui simulasi pengiriman yang lebih mendalam, sehingga keamanan produk dapat diuji dalam kondisi distribusi yang lebih beragam.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





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 REFERENSI

- Ade, V. (2023, September 14). *Peran Bisnis Kuliner UMKM dalam Perekonomian dan Inovasi Lokal*. KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/vincensiusade8895/65029f364addee6dd844c283/peran-bisnis-kuliner-umkm-dalam-perekonomian-dan-inovasi-lokal>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking*.
- Ardiansyah, R. A., Zaini, A., & Santoso, E. B. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Soekarno Hatta Kota Malang*. 10.
- Bachdar, S. (2016, Agustus 3). *Kenali Design Thinking Sebelum Bikin Startup*. www.marketeers.com. <https://www.marketeers.com/kenali-design-thinking-sebelum-bikin-startup/>
- Bob Foster, Fitriani Reyta, Muhamad Deni Johansyah, Bernadetha Nadeak, & Elfriada Sormin. (2021). Peranan Desain Kemasan dan Branding dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *JURNAL ComunitÃ Servizio : Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, terkhusus bidang Teknologi, Kewirausahaan dan Sosial Kemasyarakatan*, 3(1), 518–525. <https://doi.org/10.33541/cs.v3i1.2898>
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>
- Defitri, M. (2022, Desember 6). Kemasan Produk Sustainable Bisa Bantu Hijaukan Lingkungan. *Artikel Dan Berita Pengelolaan Sampah Dari Waste4Change*. <https://waste4change.com/blog/kemasan-produk-sustainable-bantu-hijaukan-lingkungan/>
- Erlyana, Y. (2018). *Analisi Desain Kemasan Mi Instan Edisi Khusus Indomie Tempo Doeloe. 1*. <http://dx.doi.org/10.30813/v1i1.1087>
- Fikrie, M. (2025, September 4). *Survei: 6 dari 10 Konsumen E-Commerce RI Alami Kendala di Fase Pasca-Pembelian*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/survei-6-dari-10-konsumen-e-commerce-ri-alami-kendala-di-fase-pasca-pembelian-25mbl2zuF2k>
- 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>
- Harahap, I. (2025). *Penelitian Gabungan (Mixed Methods Research): Sebuah Pendekatan Komprehensif dalam Metodologi Penelitian*. 9.



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

file:///C:/Users/HP%20PC/1282.+Draft+Jurnal+Ismail+Harahap+21584-21589.pdf

- Lesmini, L., Firdaus, M. I., & Rifni, M. (2024). Sosialisasi Strategi Packaging dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 375–386. <https://doi.org/10.30812/adma.v4i2.3353>
- Lestari, N. P. E. B., Santosa, N. A., & Suharno, A. R. (2022). Peran Ilustrasi Bertema Indonesia pada Produk Minuman Terhadap Respon Emosi Konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 11–19. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.972>
- Luthfi, T. F., Novianti, S., Sanggramasari, S., Duhita, N., Septian, A. R., Eleanora, C., & Alistiawati, A. (2025). Persepsi dan faktor penentu pemilihan produk pastry dan bakery sehat pada generasi Z: Studi kasus kuantitatif di Indonesia. *Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan*, 6(2), 309. <https://doi.org/10.30867/gikes.v6i2.2306>
- Moreau, C. P. (2020). Brand Building on the Doorstep: The Importance of the First (Physical) Impression. *Journal of Retailing, Understanding Retail Experiences and Customer Journey Management*, 96(1), 155–167. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2019.12.003>
- Nordiansyah, E. (2025, Maret 29). *Survei: Nastar Jadi Kue Kering Lebaran Favorit Milenial dan Gen Z*. <https://www.metrotvnews.com>. <https://www.metrotvnews.com/read/N6GCx4nG-survei-nastar-jadi-kue-kering-lebaran-favorit-milenial-dan-gen-z>
- Obedienti Parmono, F. (2025, Januari 19). *Dessert Kekinian: Tren Manis yang Menggoda Lidah dan Media Sosial*. kumparan. <https://kumparan.com/onyoqie/dessert-kekinian-tren-manis-yang-menggoda-lidah-dan-media-sosial-24KRZd060eu>
- Pangesti, R. (2022, Januari 4). *Pengertian Kemasan Primer, Sekunder, dan Tersier serta Contohnya*. detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5882839/pengertian-kemasan-primer-sekunder-dan-tersier-serta-contohnya>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., & Salma, L. (2023). *Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen*. 2(1).
- Pramesti, R. D. & Susilawati. (2021). Analisis Fitur dan Elemen Desain Kemasan Bakpia Kenes Terhadap Persepsi Konsumen. *Wahana*, 73(2), 74–87. <https://doi.org/10.36456/wahana.v73i2.4731>
- Prasetya, D., Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1.2894>
- Qothrunnada, K. (2021, Desember 3). *7 Prinsip Dasar Desain Grafis Lengkap dengan Unsur-Unsurnya*. detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5838921/7-prinsip-dasar-desain-grafis-lengkap-dengan-unsur-unsurnya>



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

- Rimbawan, A., Wijaya, I. K. A. P., Sumadewa, I. N. Y., & Suryani, N. N. D. (2024). Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 6(1), 244–257. <https://doi.org/10.30812/sasak.v6i1.4005>
- Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Sari, B. P., & Zulfikar, R. (2024). Eksplorasi Visual Citra Daerah: Pengembangan Desain Kemasan sebagai Ekspresi Brand Identity pada Produk Boss Oleh-Oleh. <https://doi.org/10.26858/tanra.v11i3.64343>
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>
- Thabrany, S. S., Pramesti, R. D., Kusumaasri, R. D., Halimah, M., Rahmawati, S., & Pranyoto, Y. S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Makanan yang Representatif dan Fungsional bagi Pengguna. 22(2). <https://doi.org/10.32722/pt.v22i2.5636>
- Thamrin, H. (t.t.). *Analisa Brand Identity Yang Dimediasi Oleh Packaging Design Terhadap Purchase Intention Studi Kasus Konsumen Outside Coffee Generasi Z Di Jakarta*.
- Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. I*.
- Wahmuda, F. (2018). *Makna Tampilan Visual Kemasan Sebagai Penerapan Redesain Kemasan Makanan Ringan di UKM Benok – Kabupaten Probolinggo*. <https://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/385>
- Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. PT Elex Media Komputindo.
- Wiranata, C. (2024, September 9). *6 Jenis Karton Untuk Kemasan Produk! Cocok Pakai Yang Mana?* <https://paperlicious.id/jenis-karton-packaging/>
- Zhang, T., Gao, Y., & Spence, C. (2024). Ready meals that look hot increase consumers' willingness to pay for plant-based options. *Food Quality and Preference*, 121, 105277. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105277>
- Zharandont, P. (2015). *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia*. https://www.academia.edu/download/40771209/JURNAL_ERGONOMI_PATRYCIA_Z.pdf



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

LAMPIRAN

DAFTAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Logbook Bimbingan

No	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
	Bimbingan ke-1				February 13, 2026	Draft Struktur Latar Belakang - Menjelaskan fenomena bisnis makanan manis - Keamanan kemasan - Fenomena online marketplace - Masalah yang dimiliki client - State of Art (Pembaharuan pada penelitian yang dilakukan dan belum ada di penelitian sebelumnya) Rumusan Masalah - Struktur yang berfungsi sebagai pengaman - Desain sebagai media Branding TARGET BAB 1 : Jumat, 20/02/2026	Penulisan BAB 1
	Bimbingan ke-2				February 20, 2026	-Perbaiki cara penulisan kata asing -Kenapa kemasan dessert perlu branding pada kemasan -Rumusan masalah dibuat jadi pertanyaan -Tambahkan penerapan elemen desain di ruang lingkup -Ruang lingkup dan tujuan harus relevan	Revisi Penulisan BAB 1
	Bimbingan ke-3				March 4, 2026	BAB 1 Tujuan Penelitian Harus menyesuaikan dengan rumusan masalah. BAB 2 Lanjutkan penulisan bab 2 (Target Selesai pertemuan selanjutnya)	Revisi Tujuan Penelitian Penulisan BAB 2
	Bimbingan ke-4				March 6, 2026	-Tambahkan lebih banyak Sitasi terkait branding pada kemasan (2.1) -Struktur Kemasan Karton, Tambahkan penjelasan tentang struktur one piece dan two piece	Revisi dan Penulisan BAB 2
	Bimbingan ke-5				March 13, 2026	-Tambahkan 1 paragraf sitasi lagi terkait branding pada 2.1 -Tambahkan sitasi terkait elemen ilustrasi/gambar pada 2.3 -3.1 tidak perlu sub sub bab, design thinking langsung masuk ke bagian metode penelitian, tambahkan observasi pada tahap empathize, tambahkan matriks swot dan creative brief pada tahap define.	Revisi Penulisan BAB 2 & 3
	Bimbingan ke-6				April 3, 2026	Asistensi list pertanyaan kuesioner -Tidak perlu pertanyaan mengenai preferensi desain tertentu kepada responden -masih banyak pertanyaan yang tidak diperlukan -pastikan pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang memang dibutuhkan -tambahkan pertanyaan terbuka	Revisi draft pertanyaan kuesioner
	Bimbingan ke-7				April 8, 2026	-Tidak perlu ada sub sub bab 3.1.1, penjelasan terkait mix method gabung kedalam setelah penjelasan metode design thinking -Product knowledge, masukan gambar-gambar produk yang dijual -Kompetitor brand, masukan gambar produk/logo dari kompetitor -Analisis SWOT, Point-2 threat pindahkan ke bagian weakness	Revisi Format Penulisan dan analisis SWOT
	Bimbingan ke-8				April 25, 2026	-Latar belakang terlalu panjang -state of art perlu diperkecil lagi -kesimpulan consumer insight perlu dibuat tabel	Revisi point-point penilaian sempro
	Bimbingan ke-9				May 29, 2026	-moodboard surface masih belum ada yang sesuai dengan tone and manner -uji coba sketsa struktur alternatif 1 dan 3 -penyusunan abstrak semnas	Revisi moodboard surface dan cetak struktur kemasan alternatif 1 dan 3
	Bimbingan ke-10				June 8, 2026	-struktur terpilih alternatif 3 -sketsa thumbnail bisa lanjut ke digitalisasi	Digitalisasi desain komprehensif



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

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-11				June 20, 2026	-bagian penutup kemasan pada handle tidak perlu dihilangkan agar kemasan tertutup dengan rapat -ukuran kemasan diperbesar -desain komprehensif terpilih alternatif ke-2, catatan warna base kemasan dibuat dengan warna cream, elemen butter dibuat lebih senada dengan elemen steam	Revisi struktur alternatif 3 dan surface desain komprehensif alternatif 2
Bimbingan ke-12				May 27, 2026	-revisi pertanyaan testing, point pertanyaan no 3,4,5 kesan yang ingin ditampilkan brand disamakan -coba laminasi doff,glossy, dan no laminasi	Testing
Bimbingan ke-13				June 30, 2026	-hasil testing yang perlu diimplementasikan, bagian handle perlu ditinggikan sedikit, tambahkan informasi pemesanan dan alamat toko -tambahkan tagline dibagian atas kemasan -desain terpilih menjelaskan kenapa desain terpilih diantara desain yang lain (dengan sitasi) -penjelasan elemen desain dipindah kebagian FAW, setelah desain final hasil dari testing	Mengimplementasi catatan pada testing
Bimbingan ke-14				July 1, 2026	-rapihkan caption gambar -gambar setelah penjelasan -kesimpulan menjawab sesuai dengan point dirumusan masalah	Revisi format dan isi penulisan
Bimbingan ke-15				July 2, 2026	-tambahkan penjelasan layout yang digunakan pada sketsa desain surface -tambahkan penjelasan warna yang digunakan pada desain komprehensif -kesimpulan point 1 tambahkan tahapan dan metode yang digunakan	Revisi isi penulisan



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

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Owner.

A: Alif

N: Nabila (Owner)

A: Selamat malam kak nabila, akhirnya bisa ngobrol juga meskipun *online*, salam kenal kak nabila, aku alif luqmanul hakim, mahasiswa desain grafis politeknik negeri jakarta, sebelumnya terimakasih ya kak sudah mau meluangkan waktunya malam-malam

N: Halo kak alif, iyaa kak sama-sama, maaf ya aku baru bisa sekarang.

A: Aman kak, Langsung aja ya kak pertama aku izin jelasin ulang sedikit tentang TA ini ya kak. Jadi sebagai mahasiswa, aku berperan sebagai desainer yang terjun langsung buat bantu menyelesaikan permasalahan yang dimiliki *brand*. Solusinya tentu dari bidang yang aku pelajari, yaitu desain grafis. Kategorinya bisa mencakup desain kemasan, media promosi, identitas visual, media publikasi, sampai media interaktif. Prosesnya juga bertahap, mulai dari pengumpulan data, ideasi, desain, sampai ke tahap *testing*. Untuk proyek ini, aku sudah memutuskan untuk fokus di desain kemasan ya kak. Dari awal aku lihat dan juga sempat diskusi dengan dosen, secara potensi dan urgensi ini bisa banget untuk dikembangkan, terutama di bagian *branding* kemasan. Karena dari yang aku lihat di sosial media, kemasannya masih belum ada *branding* yang kuat. Makanya aku coba menawarkan ke arah sana, apalagi sekarang *ButterJoy* lagi cukup hype ya kak. Jadi aku butuh beberapa informasi terkait ButterJoy.Lab sebagai acuan untuk proyek ini.

N: Baik kak Alif, dari aku sudah jelas untuk proyek TA-nya. Kira-kira apa yang bisa aku bantu?

A: Baik kak, terima kasih sebelumnya. Aku akan tanya satu per satu ya.



© 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

N: Oke

A: ButterJoy.Lab ini berdiri kapan ya kak? Terus bisa diceritakan juga konsep utamanya seperti apa?

N: *ButterJoy* berdiri di tahun 2024. Konsep utamanya dari awal aku cuma mau jual kue yang premium tapi dengan harga yang murah.

A: Untuk produk yang dijual sekarang apa saja kak? Dan apakah ada yang jadi best seller?

N: Di *ButterJoy* ada cheesecake, tiramisu, brownies browkiss, choux pie, cookies, dan roti abon. Untuk sekarang, cheesecake dan roti abon termasuk yang paling best seller.

A: Target market *ButterJoy* saat ini seperti apa kak?

N: Target market *ButterJoy* itu semua kalangan. Aku memang ingin *brand* ini bisa masuk ke remaja, dewasa, lansia, sampai anak-anak. Makanya aku selalu bikin produk yang bisa cocok untuk semua kalangan.

A: Kalau untuk kompetitor, apakah ada *brand* yang kakak anggap sebagai kompetitor *ButterJoy*?

N: Kalau menurut aku sih kompetitor itu bukan masalah, karena rezeki tiap orang beda. Tapi memang ada yang bilang ada yang mengikuti konsep *ButterJoy* di daerah Ciputat.

A: Untuk sistem penjualan, apakah hanya offline atau sudah ada *online* juga kak?

N: Selain toko offline, kita juga ada *online* untuk pemesanan berbagai jenis kue, sampai ke birthday cake juga.

A: Untuk kemasan yang digunakan saat ini seperti apa kak?

N: Sekarang masih pakai *box* coklat laminasi, sambil menunggu printed *box*.



© 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

A: Ukuran kemasan yang dipakai sekarang apa saja?

N: Ada beberapa ukuran, untuk penjualan reguler biasanya pakai ukuran 12x12, 12x16, dan 16x16.

A: Apakah ada kendala dari kemasan yang digunakan saat ini?

N: Kalau dari segi fungsi sebenarnya tidak ada kendala. Tapi kalau dari segi estetika pasti ada. Karena dengan *box* yang ukurannya terbatas, tidak bisa menyesuaikan jumlah kue yang dimasukkan. Jadi untuk produk yang tidak pakai topping, kadang harus ditumpuk supaya muat lebih banyak.

A: Sebelumnya pernah coba kemasan dengan desain sendiri?

N: Belum, dulu hanya pakai stempel dan sticker *brand* saja.

A: Untuk preferensi kemasan ke depan, seperti apa yang diinginkan?

N: Aku maunya yang simpel, mudah dibentuk, dan desainnya tidak norak.

A: Kalau untuk gaya visual, lebih ke arah apa kak? Minimalist, playful, atau elegant?

N: Elegant, minimalist, dan *comfy*.

A: Untuk warna, ada preferensi tertentu?

N: Pasti coklat tua dan kuning khas *butter*.

A: Terakhir, elemen apa saja yang harus ada di kemasan?

N: Logo, shelf life, *best consume*, dan sosial media *ButterJoy*.

A: Baik kak, kalau dari aku, itu aja pertanyaan yang aku butuhkan buat sekarang, mungkin kalau ada yang ketinggalan nanti aku langsung tanya lewat whatsapp aja aman ya kak

N: Oke kak gapapa.



© 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

A: Kalau begitu sekali lagi terimakasih banyak ya kak atas waktunya, mohon maaf kalau ngerepotin

N: Iya kak alif sama-sama, semoga lancar terus ya

A: Amin terimakasih kak.





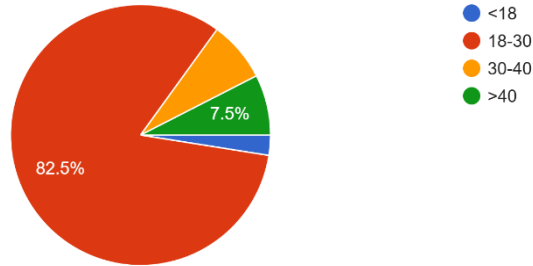
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

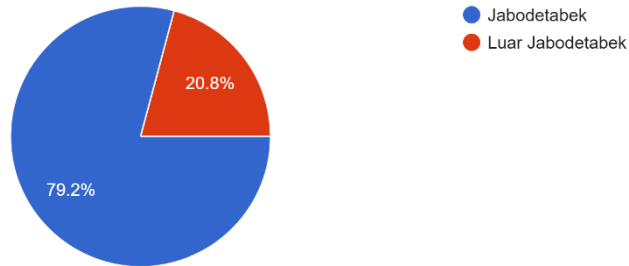
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

LAMPIRAN HASIL KUESIONER

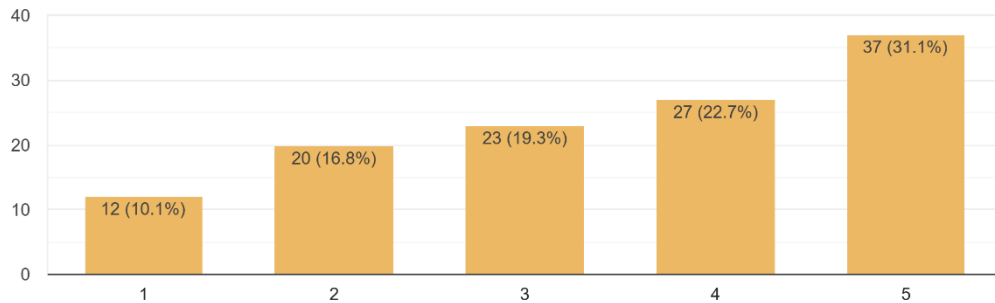
Usia
120 responses



Domisili
120 responses



Seberapa sering Anda membeli dessert atau bakery dalam 1 bulan
119 responses





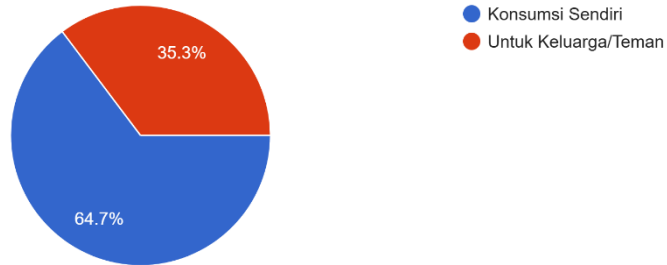
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

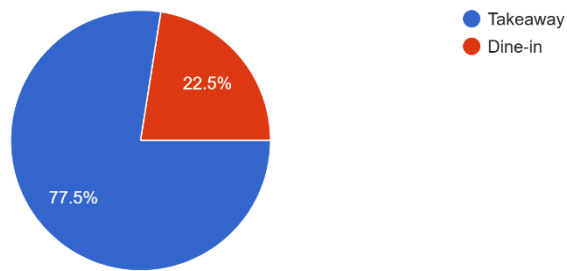
Untuk apa biasanya Anda membeli produk dessert

119 responses



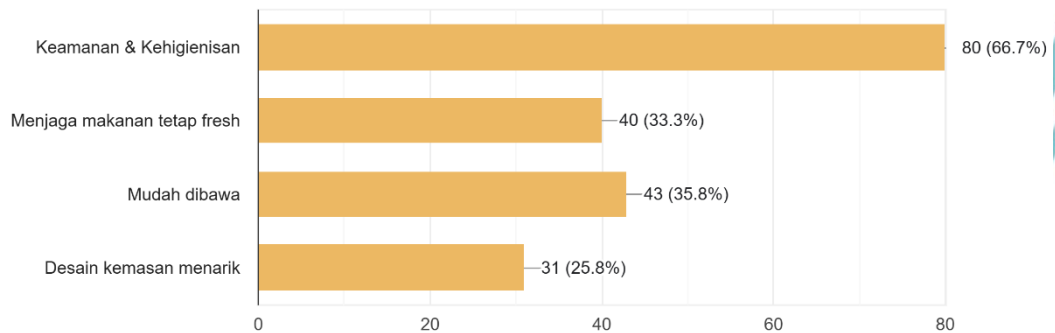
Bagaimana Anda biasanya membeli produk dessert

120 responses



Faktor apa yang menurut Anda paling penting dalam kemasan dessert

120 responses





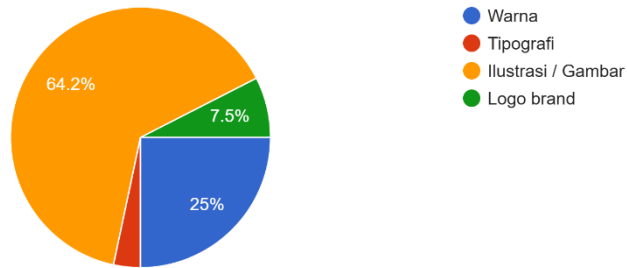
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

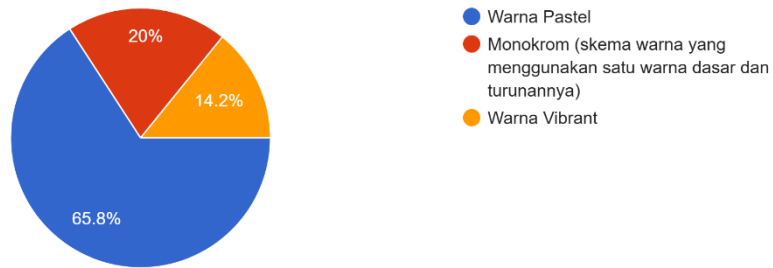
Dalam kemasan, bagian visual mana yang paling menarik perhatian Anda saat pertama kali melihat sebuah kemasan

120 responses



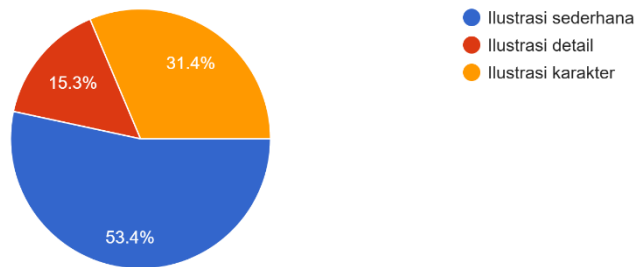
Warna seperti apa yang Anda sukai untuk kemasan dessert

120 responses



Jenis ilustrasi seperti apa yang Anda sukai untuk kemasan dessert

118 responses





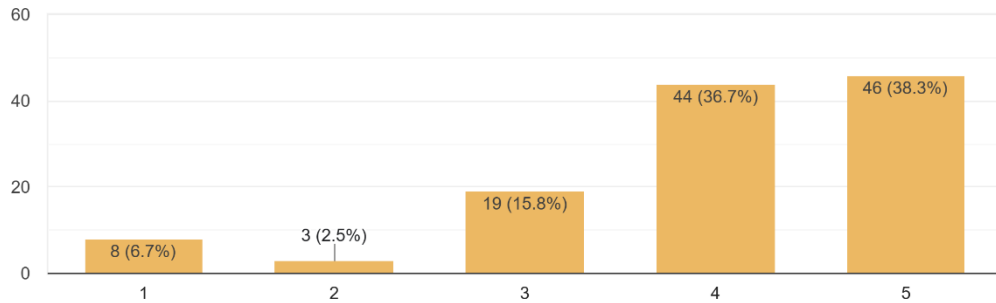
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Seberapa besar kemasan mempengaruhi keputusan Anda membeli produk

120 responses



Kemasan seperti apa yang menarik dan membuat Anda ingin memfoto dan membagikannya?

111 responses

ilustrasi lucu, warna tidak terkesan membosankan

Kemasan yang desainnya unik/aesthetic dari segi visual dan merepresentasikan branding dari produk yang dijual. Tapi tetap dengan memperhatikan fungsi dari kemasan itu sendiri

Yang proper, dan kuat secara identity, dibuat dengan berani, yakin, dan dapat dipertanggung jawabkan secara visual.

Box simple tapi classy

kemasan yang estetik

Packaging ala cafe hits

yang tidak terlalu berlebihan

Kemasan seperti apa yang menarik dan membuat Anda ingin memfoto dan membagikannya?

111 responses

kemasan yang menunjukkan bren yg bagus, menarik dn aman

Jika ada fitur2 yang eye catching dan secara visual terlihat standout

Kemasan yang lucu dan unik

yang baik secara visual/ilustrasi, bentuk kemasan, dan layout desainnya terlihat unik

Cup dengan gambar karakter imut

Kemasan yang seperti kemasan ny fore

Box finishing matte yang halus



© 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

Kemasan seperti apa yang menarik dan membuat Anda ingin memfoto dan membagikannya?

111 responses

Desain gambar tangan yang unik

bentuk yg lucu dan beda dr yg lain

Yang strukturnya unik, secara surface visualnya juga menarik

Box dengan desain artistik

Layer dessert yang keliatan cantik buat difoto

Motif dan warna kemasan menarik

Ada tambahan pita kecil

Kemasan seperti apa yang menarik dan membuat Anda ingin memfoto dan membagikannya?

111 responses

Yang terlihat pas dengan produknya itu sendiri (tidak terlalu kebesaran maupun kekecilan). Lalu, produk terlihat dari luar kemasan. Dan proposisi produk dengan kemasan itu seimbang (seperti warnanya tetap cocok dengan isi produknya).

Ilustrasi buah atau dessert lucu

Kemasan yang unik biasanya berbentuk sebuah karakter atau maskot dari brand tersebut seperti contoh pada happy meal mcdonald

Kemasan interaktif, visual yang unik dan menarik

Kemasan yang punya ilustrasi atau juga fitur yang unik, biasanya karena warna atau ilustrasi nya yang lucu

Kemasan yang mempunyai ilustrasi unik dan lucu

Kemasan seperti apa yang menarik dan membuat Anda ingin memfoto dan membagikannya?

111 responses

Cup yang layer warnanya keliatan jelas

Warna pastel campur-campur

Warna cerah yang playful gitu

Enak dilihat menggugah selera

Cup yang toppingnya keliatan dari luar

kemasan yang memiliki desain yang unik, informasi yang jelas dan layout yang rapih

Kemasan yang warna nya menarik dan simple untuk di bawa



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

TRANSKRIP TESTING

Transkrip testing dengan target audience (Ardian)

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih atas kesempatannya. Sebelumnya boleh izin perkenalkan nama diri dulu, Mas?

Narasumber (Ardian): Ya perkenalkan, nama saya Ardian.

Pewawancara: Oke, Mas Ardian. Oke, kita masuk ke sesi pertanyaan *testing*-nya ya, Mas. Sebelumnya kan tadi saya sudah *jelasin* konteks tentang *project* ini ya Mas, yaitu *project* pembuatan rancangan kemasan gitu. Terus tadi saya juga sudah sempat sedikit *jelasin* konteks tentang *brand*-nya ya Mas, yaitu *ini* kemasan untuk *brand* namanya Butterjoy. Terus dia ini merupakan *brand dessert* ya Mas, *UMKM dessert* yang secara keseluruhan tuh pengen kemasannya tuh terlihat *comfy*, nyaman, sederhana, pengen kelihatan premium meskipun memang harga produknya itu murah gitu, tapi pengen tetap kelihatan premium. Nah oke, nanti akan ada dua sesi pertanyaan Mas kurang lebih, yaitu sesi pertanyaan tentang struktur atau bentuk kemasannya gitu ya bisa dibilang, sama yang kedua itu pertanyaan terkait visualnya. Kita masuk ke pertanyaan tentang bentuk kemasannya dulu ya, Mas. Untuk pertanyaan pertama, menurut Mas Ardian apakah kemasan sudah mudah dibuka oleh konsumen?

Ardian: Buat saya sih buat buka kemasannya gampang amat ya, maksudnya enggak ada masalah. Aman sih.

Pewawancara: Oke Mas. Selanjutnya, tadi kalau tadi itu untuk membuka kemasannya, kalau bagaimana tentang apakah kemasan sudah mudah ditutup Mas, ketika sudah dibuka gitu?

Ardian: Ketika udah dibuka sih kalau ditutup kembali gampang ya, tinggal di... Ini kan dia udah ada lipatannya juga, jadi ya udah tinggal ngikutin aja. Terus udah, tinggal dikunci lagi aman kok. Gampang.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih. Selanjutnya, di kemasan ini juga kan ada fitur *handle* ya Mas, menurut Mas apakah fitur *handle* ini tuh sudah memudahkan konsumen ketika membawa produk?

Ardian: Untuk *handle* udah memudahkan juga sih, soalnya *handle*-nya juga nyatu kan sama kemasannya, jadi ya gampang. Terus juga ini kuat kan dia, enggak enggak gampang lepas juga gitu. Aman sih.

Pewawancara: Aman, terima kasih Mas. Selanjutnya, tadi kan Mas juga udah lihat ya si... Saya kasih lihat juga untuk bentuk produk makanannya gitu ya Mas, enggak enggak terlalu besar juga enggak terlalu kecil gitu. Menurut Mas, dengan ukuran kemasan seperti ini, terus di dalamnya ruangnya segitu, menurut Mas tuh udah cukup sesuai belum sih untuk nantinya nantinya diisi produknya gitu?

Ardian: Amati baru lihat fotonya sih ya kalau emang produk produknya seukuran ini sih udah pas-pas aja ya. Terus juga kayaknya buat ngambil juga gampang sih kalau emang produknya enggak terlalu ngepas sama kotak kotak sekatnya ini.

Pewawancara: Oke. Terus untuk pertanyaan selanjutnya, selain fitur *handle* tadi kan saya juga ada fitur sekat ya Mas, seperti yang tadi Mas lihat. Sebelumnya di kemasan sebelumnya tuh enggak ada gitu kayak si produknya tuh ya udah asal taruh gitu. Sekarang kan ada saya *propose* untuk fitur sekat gitu. Nah, menurut Mas, fitur sekat ini tuh sudah cukup membantu belum sih untuk menjaga 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

Ardian: Ini kalau sekat gini ngebanter banget sih. Selain biar... selain buat produknya juga enggak enggak enggak pencar ke mana-mana kalau saat dibawa, terus juga apa ya? dari segi kekokohan karena ini ada *handle*, jadi dia kayak enggak apa ya? *handle*-nya tuh jadi enggak enggak rusak enggak enggak ke dalam gitu loh, jadi ketahan sama ketahan sama sekatnya gitu ya. Ketahan sama sekatnya, jadi oke banget sih untuk kombinasi antara *handle* sama sekatnya ini. Oh gitu.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih. Terus untuk pertanyaan selanjutnya, menurut Mas ketika konsumen ngebuka terus pengen ngambil produknya gitu ya, apakah sudah mudah diambil si produknya dari kemasannya ini?

Ardian: Mudah sih Mas, kalau emang nantinya produknya seukuran ini ya. Gampang kan tinggal diambil aja.

Pewawancara: Oke Mas. Untuk poin terakhir untuk di bagian struktur, apakah kemasan ini tuh sudah cukup praktis untuk menunjang kebutuhan sistem pembelian *take away* gitu Mas?

Ardian: Sudah sih, soalnya emang ya *handle*-nya juga udah gampang gitu, maksudnya nyatu juga kan sama kemasannya, jadi gampang tinggal ya *plug and play* aja. Aman sih.

Pewawancara: Oke Mas, itu tadi pertanyaan terkait struktur kemasan. Sekarang kita masuk ke bagian visual kemasannya. Karena kan di dalam *project* ini juga saya selain membuat struktur, saya juga ibaratnya *merebranding* atau mendesain kemasannya, yang sebelumnya kemasan itu masih polos ya Mas. Seperti yang saya sudah bilang tadi, si Butterjoy Lab ini tuh pengen dilihat sebagai *brand homemade dessert* yang pengen dilihat sebagai *brand* yang nyaman, *comfy*, hangat, terus juga pengen kelihatan premium meskipun secara produk itu masih harganya masih tergolong murah gitu. Nah, pertanyaan pertama menurut Mas apakah visual kemasan ini secara keseluruhan sudah menarik untuk kategori produk *dessert* gitu?

Ardian: Kalau dari segi visual sih ya udah cukup menarik ya, soalnya ada kayak apa sih? kayak gelombang-gelombang gitu, gelombang gelombang elemen kayak gini udah cukup cukup menggambarkan lah untuk makanan *dessert* gitu.

Pewawancara: Oke Mas. Terus untuk pertanyaan selanjutnya, menurut Mas yang seperti saya udah bilang tadi, secara karakter *brand*-nya pengen dilihat seperti itu gitu ya, seperti *brand* yang apa *homemade dessert*, yang kelihatan pengen hangat, nyaman, tapi dan premium juga. Nah, menurut Mas ini udah mencerminkan belum sih dari karakter *brand*-nya itu dari segi visual kemasannya?

Ardian: Kalau dari segi visual menggambarkan sih, soalnya dia juga enggak enggak terlalu banyak elemen kan, terus juga ya siap-siapnya ini juga mendukung lah kesan elegan. Belum lagi ini dia apa ya? kayak enggak enggak ramai gitu, jadi kesan elegan lah. *White space*-nya masih banyak.

Pewawancara: Oke Mas. Terus selanjutnya terkait warna Mas, ini kan saya masih menggunakan warna-warna dari *brand* gitu ya Mas, ada warna dominannya itu warna gradasi antara oranye dan juga kuning dan krem gitu ya Mas. Nah, menurut Mas ini warna-warna warna-warna pada kemasan itu sudah sesuai belum sih dengan karakter *brand*-nya?

Ardian: Karena dia jual *dessert* ya, mungkin menurut saya cocok sih, soalnya kebanyakan *dessert* kan biasanya warna-warna coklat-coklat gitu, kayak coklat-coklat atau kuning. Jadi untuk menggambarkan makanan yang manis-manis sih untuk warna yang seperti ini cocok sih.

Pewawancara: Oke Mas. Terus untuk selanjutnya terkait penggunaan ilustrasi yang saya buat ini, menurut Mas ilustrasi pada kemasan ini tuh sudah sesuai belum dengan karakter *brand*-nya?

Ardian: Kalau untuk ilustrasi cocok sih Mas, ini kayak saya ngerti sih kayak apa ya? kayak lumuran *butter* atau apa gitu, maksudnya saya enggak tahu atau kayak kayak madu atau apa. Cuma menurut saya ini oke sih, jadi kayak lucu aja gitu kalau buat kemasan *dessert* gitu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan 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

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih. Terus di dalam kemasan ini kan juga ada beberapa informasi yang saya gunakan menggunakan jenis-jenis huruf gitu *font-font* gitu ya, seperti yang contohnya nih ada di tentang sosmed gitu sama informasi *best consume* gitu. Menurut Mas, penggunaan jenis hurufnya ini sesuai belum?

Ardian: Kalau untuk dari segi jenis huruf sih udah oke-oke aja sih, kayak terlihat terbaca juga.

Pewawancara: Oke. Kalau untuk kesannya menurut Mas udah sesuai belum dengan karakter *brand*-nya gitu?

Ardian: Sudah sih, sudah sesuai sih. Enggak... Elegan juga kan tadi dia mintanya. Betul. Jadi oke, cukup.

Pewawancara: Oke. Terus nah di kemasan ini kan juga saya udah meng-*inject* logo ya Mas, yang itu elemen pasti-nya gitu. Menurut Mas, logonya ini udah mudah terlihat belum sih pada kemasan gitu? Atau mungkin masih bisa ada lebih di... Secara posisi, mungkin gimana menurut Mas?

Ardian: Kalau dari logo sih sudah cukup ya, soalnya pertama kali saya lihat kemasannya langsung kelihatan kan dari posisi depan ataupun belakang. Soal kan bagian samping kanan kiri kan informasi ada *Instagram* sama apa... *expired*... *expired date* lah gitu, jadi ya sesuai sih depan belakang udah aman.

Pewawancara: Logonya udah terlihat ya berarti ya?

Ardian: Iya.

Pewawancara: Oke. Terus untuk... masih terkait informasi *brand* informasi produk gitu Mas, menurut Mas informasi-informasi seperti sosmed, *best consume*, *expired date*, ini tuh secara keterbacaannya itu udah ini belum sih Mas, udah cukup gitu?

Ardian: Sudah cukup sih kalau untuk keterbacaan keterbacaan cukup ya, soalnya kan ini juga enggak enggak ramai juga ya, jadi orang langsung melihat kelihatan gitu, ya bagian kiri tuh ada *expired date*, yang kanan ada sosial media, depan belakang ada logo, jadi ya gampang diketahuinya gitu posisi informasinya.

Pewawancara: Oke. Terus pertanyaan terakhir Mas, menurut Mas secara keseluruhan penggunaan elemennya itu atau tata letaknya gitulah ya, pada kemasan itu udah cocok belum sih Mas pada karakter *brand*-nya secara keseluruhan gitu?

Ardian: Kalau untuk keseluruhan sih ya cocok sih ya, kayak penempatan elemennya, logonya, kayak sosial media segala macam udah oke sih. Sesuai sih.

Pewawancara: Oke Mas Ardian, terima kasih atas jawabannya. Terima kasih juga tadi atas masukanmasukannya. Nah terima kasih Mas Ardian.

Ardian: Iya Mas, sama-sama.

Transkrip testing dengan target audience

(Sahnur)

Pewawancara: Oke, sebelumnya ini dengan Mas siapa?

Sahnur: Eh perkenalkan Mas, nama saya Sahnur.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur. Eh terima kasih sebelumnya. Tadi kan saya sudah sempat jelasin ya konteksnya eh terkait project si kemasan ini gitu. Kan tadi saya sudah jelasin kalau ini tuh eh merupakan kemasan dari *brand* Butter Joy Lab, ya kan. Nah, yang di mana eh dia ini eh merupakan produk eh handmade eh homemade dessert seperti yang tadi saya sudah bilang. Eh memang ini tuh saya eh project untuk eh merebranding bisa dibilang ya, karena kemasan



© 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

mereka yang sebelumnya itu masih kemasan simpel yang tadi Mas sudah lihat saya kasih lihat di *Instagram* mereka. Nah, sekarang kita masuk ke sesi eh pertanyaannya nih Mas. Nanti akan ada dua dua sesi pertanyaan, yang pertama itu terkait eh strukturnya, eh terus yang kedua itu pertanyaan terkait visualnya, kayak yang tadi saya sudah sempat jelasin skemanya. Eh kita masuk ke pertanyaan tentang strukturnya dulu ya Mas.

Sahnur: Oke.

Pewawancara: Eh untuk pertanyaan pertama, eh menurut Mas Sahnur, eh apakah kemasan ini sudah mudah dibuka oleh konsumen?

Sahnur: Kalau tadi saya sudah pegang-pegang kemasannya sih, ini kemasan sangat sangat sangat mudah dibuka ya, karena kita tinggal eh turunkin ke bawah dikit dan kunciannya sudah lepas. Dan sangat mudah dibuka.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur, terima kasih. Untuk pertanyaan kedua, apakah kemasan sudah mudah ditutup kembali setelah tadi Mas Sahnur sudah buka?

Sahnur: Oke, eh kalau yang tadi saya simulasikan sih ini sangat mudah banget ya buat dibuka, buat ditutup lagi, karena eh bisa dibilang ini kunciannya simpel tapi rapi dan sangat menjagalah.

Pewawancara: Oke. Terus eh eh ini kan kalau Mas lihat di kemasan saya ini ada fitur handle-nya ya. Eh menurut Mas, dari fitur handle-nya ini tuh sudah cukup memudahkan konsumen belum sih untuk membawa si produknya?

Sahnur: Kalau untuk fitur handle-nya sih, eh sangat suka ya saya ini, ikonik. Dan eh tadi juga sudah dicoba pegang gitu, ya kuatlah, pas juga di tangan, enggak terlalu kecil, enggak terlalu gede juga. Jadi, eh saya sukalah, apalagi kan sekarang juga sudah banyak *brand-brand* tuh kayak meng- apa sih, eh mengurangi sampah plastik, dan ini salah satu jadi inovasi- inovasi baru sih buat saya.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur, terima kasih jawabannya. Eh untuk pertanyaan selanjutnya, eh menurut Mas, apakah kemasan ini sudah cukup aman ya untuk melindungi produk dessert terutama untuk pembelian takeaway?

Sahnur: Kalau untuk takeaway, tadi saya sudah lihat, ini sangat melindungi ya, terutama nih di bagian bolongan yang ini, saya suka nih. Jadi dia tidak dihilangin, jadi bisa untuk menahan debu yang masuklah. Jadi dalamnya masih steril gitu. Cukup betul betul betul Mas.

Pewawancara: Terus eh tadi kan Mas Sahnur juga sudah lihat eh isi dalamnya gitu. Menurut Mas Sahnur, untuk ukuran si ruang kemasan ini atau size kemasan ini apakah sudah sesuai untuk menampung dari produk si *brand* ini? Tadi kan saya sudah kasih lihat ya, si *brand*-nya ini memang bentuk dessert-nya itu ukurannya enggak gedegede gitu, cukup kecil. Nah, menurut Mas Sahnur sudah cukup belum sih untuk ruangnya gitu?

Sahnur: Kalau dilihat dari ruangnya sih, karena tadi ukurannya kecil gitu ya, enggak terlalu gede, ini sebenarnya sudah cukup sesuai. Karena kan kalau misalnya terlalu gede juga kue di dalam jadi terlalu mengambang gitu kan. Jadi kalau kayak gini, ya oke.

Pewawancara: Oke. Lalu eh nah selain handle, ini kan juga saya ada tambahkan eh ada sekatnya gitu ya. Kalau yang kemasan sebelumnya itu kan tadi Mas Sahnur lihat kayak mereka nempel-nempel gitu kan produknya kan. Nah, untuk fitur sekat ini tuh menurut Mas sudah cukup ngebantu belum sih untuk menjaga produknya terutama kan nanti ini bakal diisi eh empat empat dessert lah ya bisa dibilang kayak gitu. Ini udah cukup membantu belum menurut Mas?

Sahnur: Ah, ini sangat membantu sih. Karena kan biasanya kalau kita beli kemasan lain tuh enggak ada sekatnya, jadi antara satu suka kecampur gitu di dalam. Nah, dengan adanya sekat ini, itu tuh kita eh kuenya jadi enggak kecampur.



© 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

Pewawancara: Oke. Terus eh pertanyaan selanjutnya, eh ketika Mas Sahnur buka terus nanti mau mengambil produknya tuh kira-kira udah mudah belum?

Sahnur: Eh kalau tadi saya udah coba walaupun belum ada kuenya ya, tadi saya ambil tuh eh dengan produk lain itu sangat mudah sih, enggak yang sulit. Karena kan ini enggak terlalu tinggi kan, jadi tangan kita tuh mudah untuk menggapainya.

Pewawancara: Oke. Oke, terima kasih. Terus untuk pertanyaan selanjutnya, eh untuk kemasan yang saya buat ini gitu ya, ini tuh udah cukup praktis belum untuk eh mendukung penjualan takeaway gitu atau online gitu?

Sahnur: Eh ini sangat-sangat praktis ya, karena tadi kalau untuk takeaway ini udah ada handle, ya kan. Terus udah bisa menjaga ketahanan debu, kekuatannya juga udah cukup kompleks menurut saya.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur. Eh itu tadi pertanyaan terakhir tentang struktur, sekarang kita masuk ke bagian visual. Seperti yang tadi saya bilang, enggak cuma saya enggak cuma bikin ulang kemasannya, tapi saya juga me-rebranding eh yang sekiranya untuk men- eh yang tadinya polos saya bikin jadi ada desainnya sesuai dengan karakter *brand*-nya. Eh tadi juga saya sudah sempat mention ya kalau si *brand* Butter Joy Lab ini tuh eh punya karakter ya, mereka tuh yang ingin dilihat sebagai *brand* dessert homemade yang pengen kelihatan nyaman, hangat, comfort, terus pengen kelihatan premium, meskipun harganya enggak mahal tapi tetap pengen kelihatan premium gitu. Nah, kita masuk ke pertanyaannya, menurut Mas Sahnur apakah tampilan visual kemasan ini tuh udah cukup menarik buat kemasan dessert?

Sahnur: Untuk kemasan dessert ini eh cukup menarik ya, dengan ada dengan ada apa sih namanya kayak garisgaris lengkung ilustrasi itu menambah ikonik dari kemasan dessert itu sendiri.

Pewawancara: Oke. Terus pertanyaan kedua, menurut Mas Sahnur eh apakah eh desain desain desain yang ada pada kemasan ini tuh sudah mencerminkan dari karakter *brand* yang tadi saya sebut, yaitu eh *brand* homemade dessert yang nyaman, eh comfort, tapi premium juga gitu?

Sahnur: Ya, ini udah mencerminkan sih, karena eh premium enggak banyak elemen yang gimana-gimana gitu, dan elemennya ini juga kayak mengalir gitu, jadi eh comfort, terkesan lebih comfort aja gitu.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur. Terus eh pertanyaan selanjutnya ini terkait warna, Mas Sahnur. Ini kan saya menggunakan warna-warna yang sekiranya teras- terasosiasi dengan *brand*-nya. Eh secara dominan warnanya ini ada warna gradasi oren kuning ya Mas Mas Sahnur. Terus ini juga ada warna kuning, ada sedikit sentuhan warna coklat. Nah, menurut Sahnur nih, eh warnanya ini tuh udah cukup sesuai belum sih sama karakteristik *brand*-nya?

Sahnur: Karena tadi saya juga udah melihat karakteristik *brand*-nya ya, ini eh sangat sesuai, *branding*-annya juga oke, dan masuk dengan Butter Joy ini.

Pewawancara: Oke. Terus eh untuk ilustrasi shape-nya ini, ini kan ada buat ilustrasi shape-nya ini kayak kalau saya bilang sih ini eh saya tuh konsepnya itu kayak eh aliran yang wave gitu mengalir supaya eh menggambarkan konsep nyamannya gitu ya Mas. Eh sudah sesuai belum sih Mas si ilustrasi shape-nya ini dengan karakter *brand*-nya?

Sahnur: Iya sih, tadi eh saya udah sempat mention juga kan lekukan-lekukan ini tuh kayak memberi kesan nyaman gitu, jadi cukup sesuai, sangat sesuai malah menurut saya.

Pewawancara: Oke, Mas. Terus eh di kemasan ini kan saya juga ada beberapa informasi yang menggunakan teks tipografi ya Mas. Menurut Mas Sahnur ini eh jenis huruf yang saya gunakan tuh udah sesuai belum sih dengan karakter *brand*-nya?

Sahnur: Eh dengan tadi ada lekukan-lekukan kayak gini terus dipadukan sama tulisan-tulisan ini nih, eh menurut saya jadi lebih menyatu dan eh tulisannya juga terbaca kok.



© 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

Pewawancara: Oke. Eh terus terkait logo, Mas Sahnur, menurut Mas Sahnur eh logonya ini udah cukup mudah dikenali belum sih dan sudah mudah cukup ter- di apa ya, visible belum atau atau atau memang perlu diperbesarkan atau memang sudah cukup, menurut Mas Sahnur gimana?

Sahnur: Kalau menurut saya karena tadi konsepnya modern enggak terlalu banyak elemen ya, ini udah cukup, gedanya udah cukup, dan eh penempatannya juga bisa dibilang ini penempatan yang bagus ya, karena kalau kita pegang tuh dia tuh terlihat dari sisi-sisinya. Jadi orang-orang yang melihat kemasan kita tuh kayak "Oh, ini Butter Joy," gitu.

Pewawancara: Oh oke. Terus menurut eh oke, selanjutnya, mm ini kan saya ada beberapa informasi yang saya tampilin ya di kemasannya, ada informasi tentang media sosial, ada tentang *best consume*, segala macam, *expired date*. Nah, ini menurut Mas Sahnur ini udah cukup terbaca belum sih untuk teks-teksnya?

Sahnur: Menurut saya ini sudah terbaca, dengan adanya *Instagram* di sini, juga ada ini *expired date*-nya tuh enggak sulit untuk kita temukan gitu karena terlihat jelas di sini.

Pewawancara: Oke, Mas. Ini pertanyaan terakhir untuk visual. Nah, menurut Mas Sahnur nih, eh secara keseluruhan tata letak yang di pada kemasan ini tuh sudah saling ini belum sih, sudah saling eh seimbang dan sesuai dengan karakter *brand*-nya gitu?

Sahnur: Oke, kalau dari tata letak, karena ini juga elemen yang menyambung gitu ya, eh ini sangat sesuai gitu. Yang pertama ini ada logo di sini, tidak logonya tidak tertutupi oleh elemen, jadi *clean* gitu jadi terlihat. Terus di sini juga ada tentang eh *Instagram* Butter Joy Lab itu sendiri dan terlihat juga sangat jelas gitu. Kemudian ada *expired date*-nya juga ini menurut saya eh dia terekspos gitu ya, jadi kan suka ada tuh produk yang *expired datenya* tuh ngumpet gitu, tapi ini udah terlihat jelas. Jadi menurut saya *layout*-nya udah cukup oke, bagus.

Pewawancara: Oke, Mas Sahnur. Tadi sudah semua pertanyaannya, dan menurut saya sudah cukup terjawab dengan jelas. Terima kasih atas jawaban dan masukannya tadi, beberapa masukan. Eh terima kasih Mas Sahnur.

Sahnur: Oke, terima kasih.

Transkrip testing dengan target audience

(Bima)

Pewawancara: Halo Mas, sebelumnya bisa perkenalkan dulu siapa namanya?

Bima: Halo Mas, perkenalkan nama saya Bima.

Pewawancara: Oke, Mas Bima. Aku izin ya, sambil *record*. Tadi kan Mas sudah lihat-lihat ya kemasannya, udah dipegang juga. Sekarang kita masuk ke sesi tanya jawabnya. Untuk pertanyaannya, aku bakal jelasin pertanyaan ada dua bagian, yaitu tentang terkait struktur sama visualnya. Kita dari yang struktur dulu ya, Mas.

Bima: Oke Mas, siap.

Pewawancara: Eh buat pertanyaan pertama, apakah kemasan mudah dibuka oleh konsumen?

Bima: Iya, tadi setelah saya coba kemasannya mudah sih, Mas, dibuka oleh apa buat konsumen.

Pewawancara: Oke, Mas. Ya. Eh untuk pertanyaan kedua, menurut Mas apakah kemasan sudah dapat mudah ditutup kembali setelah dibuka?



© 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

Bima: Iya, tadi setelah saya coba juga, udah saya buka tutup sih Mas berkali-kali, menurut saya mudah.

Pewawancara: Oke. Pertanyaan selanjutnya, apakah fitur handle pada kemasan menurut Mas sudah memudahkan konsumen saat membawa produk?

Bima: Nah, iya. Itu tadi udah dicoba buat dibawa-bawa juga, ternyata emang mudah buat dibawa-bawa.

Pewawancara: Oke. Selanjutnya, menurut Mas apakah kemasan ini cukup sudah cukup aman dan sesuai standar untuk melindungi produk, terutama ini produk dessert ya konteksnya, untuk melindungi produk dessert saat penjualan takeaway gitu?

Bima: Iya, buat struktur dan apa ya, buat pokoknya buat melindunginya tuh udah melindunginya melindungi dessert yang akan dibawa ini, menurut saya udah cukup terlindungi sih dan apa ya.

Pewawancara: Sudah cukup aman berarti ya?

Bima: Iya, aman.

Pewawancara: Oke, Mas. Menurut Mas, apakah tadi kan di kemasan saya ada tuh sekat-sekat gitu kan, ada bagi empat gitu kan?

Bima: Iya, betul.

Pewawancara: Menurut Mas, apakah ukuran ruang pada konsumen sudah sesuai juga untuk menampung produknya? Tadi kan saya juga udah kasih lihat ya, apa kira-kira ukuran produk itu segini gitu.

Bima: Mm menurut saya udah cukup sih. Ya udah pasti juga udah diperhitungkan dengan matang, kan.

Pewawancara: Oke, betul. Oke, Mas. *Next*, berarti apakah Mas setuju kalau fitur sekat atau pembatas di dalam kemasan saya ini sudah membantu menjaga produknya?

Bima: Iya, biar apa, enggak hancur-hancur juga kalau dibawa jauh-jauh. Oke. Enggak keombang-ambing lah istilahnya mah.

Pewawancara: Oke, Mas. Oke, terus apakah produk mudah diambil atau dikonsumsi langsung dari kemasan?

Bima: Iya, sangat mudah sekali, Mas.

Pewawancara: Oke. Apakah kemasan ini praktis digunakan untuk kebutuhan pembelian takeaway, Mas?

Bima: Iya, karena ada handle juga, jadi menurut saya bagus.

Pewawancara: Oke. Itu tadi pertanyaan tentang struktur ya Mas, sekarang kita masuk ke bagian visual. Seperti yang tadi saya udah jelasin di awal ya, saya kan udah jelasin ya kalau karakter dari *brand* ini kan namanya *brand* Butter Joy Lab ini ya, mereka sendiri kan *brand* homemade dessert yang mereka tuh pengen dilihatnya tuh sebagai *brand* dessert yang hangat, *comfy*, nyaman gitu kan. Terus pengen dilihat premium meskipun harganya tetap terjangkau tapi emang pengen dilihat premium gitu. Nah, dari karakter itu menurut Mas, pertanyaan nomor satu adalah apakah tampilan visual kemasan sudah terlihat menarik untuk produk homemade dessert?

Bima: Iya, menurut saya dengan warna-warna yang *warm* gini, ini agak-agak pastel gitu ya Mas warnanya?

Pewawancara: Iya, semacam itu Mas.

Bima: Iya, menurut saya udah cocok banget sih, Mas. Oke. Siaplah buat apa, buat ngebawa 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

Pewawancara: Oke. Terus pertanyaan nomor dua, menurut Mas apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter *brand* Butter Joy Lab tadi, seperti yang saya sebutkan yaitu sebagai *brand* homemade dessert yang hangat, nyaman, premium namun tetap terjangkau?

Bima: Iya, udah. Ini kalau kemasannya saya kira mahal, Mas, awalnya produknya. Oh, ternyata murah ya, Mas, ya?

Pewawancara: Iya Mas, ini kebetulan untuk produk homemade UMKM, jadi memang secara harga dia enggak terlalu mahal, tapi emang pengen dilihat *look*-nya itu premium gitu. Terus pertanyaan nomor tiga, apakah warna yang saya gunakan pada kemasan terutama warna kuning, krem, dan oranye, dan juga sedikit coklat pada kemasan sudah memberikan kesan yang sesuai pada *brand*?

Bima: Iya, menurut saya udah sesuai Mas, kesan *brand*-nya. Oke. Cocok warnanya gitu.

Pewawancara: Mmm baik. Lalu apakah ilustrasi shape yang saya buat itu sudah mendukung kesan dari karakter *brand*?

Bima: Iya, menurut saya udah cukup, cukup. Oke.

Pewawancara: Lalu apakah jenis huruf yang digunakan pada kemasan sudah sesuai juga dengan karakter *brand*?

Bima: Oh iya, menurut saya udah cukup, cukup jelas, cukup mencerminkan, apa, sesuai dengan karakternya.

Pewawancara: Iya, sesuai karakternya. Oke. Apakah logo pada kemasan, logo terutama maksudnya ini logo dari *brand*-nya ini ya, si logo Butter Joy Lab-nya ini, sudah mudah terlihat dan mudah dikenali?

Bima: Iya, karena logonya di sini kan menggunakan yang kontras ya sama kemasannya. Oke. Agak gelap gitu, sedangkan kemasannya yang terang-terang *warm*.

Pewawancara: Oh iya, ya, ya. Oke paham, paham. Jadi menurut Mas sudah cukup mudah dilihat ya?

Bima: Iya, udah.

Pewawancara: Oke, selanjutnya. Apakah informasi pada kemasan seperti yang saya tampilkan ini ada "baik digunakan", informasi "baik digunakan" dan informasi *expired date*, dan juga ada informasi tentang media sosial, apakah menurut Mas informasi-informasi itu sudah mudah untuk dibaca?

Bima: Mudah sih Mas, udah terpampang dengan jelas juga di apa, di samping kemasannya.

Pewawancara: Oke, baik. Lalu pertanyaan terakhir Mas, apakah tata letak elemen pada kemasan mendukung karakter *brand*, maksudnya itu kayak penempatan-penempatan elemennya itu apakah sudah sesuai dengan karakter-karakter *brand* yang tadi saya jelaskan di atas?

Bima: Mm menurut saya sih udah ya, Mas ya. Oke. Menurut saya cukup.

Pewawancara: Udah cukup berarti ya, Mas?

Bima: Iya.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih Mas.

Bima: Oke, terima kasih.

Transkrip testing dengan target audience
(Nanik, Dwi, Fani)



© 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

Pewawancara: Oh sebelumnya aku namanya Alif.

Nanik: Hai Alif.

Pewawancara: Kakak siapa namanya?

Nanik: Aku Nanik.

Dwi: Aku Dwi.

Nanik: Kok jadi kamu yang Nanik sih.

(tertawa) **Pewawancara:** Iya lagi salah, lagi.

Pewawancara: Kak Dwi sama?

Fani: Fani.

Pewawancara: Fani? Oh, Kak Rani. Oke. Aku masuk eh ke pertanyaan pertama. Menurut Kakak, ini tuh kemasannya udah mudah dibuka belum sama konsumen? Coba boleh.

Nanik: Heeh, mudah dibuka sih, enggak ngeribetitik. Maksudnya orang awam yang belum pernah beli dengan bentuk kayak gini juga menurutku akan tahu gitu.

Pewawancara: Cara bukanya? Iya. Oke.

Nanik: Ini udah kayak menyatu sama kemasan. Iya, betul.

Pewawancara: Terus kalau untuk ditutup kembali gimana menurut Kakak? Mudah juga enggak?

Nanik: Mudah. Mudah aja sih. Mudah, mudah. Tinggal ngikutin tadi pas bukanya, terus dibalik.

Dwi: Oke.

Nanik: Enggak perlu lipat-lipat.

Pewawancara: Betul, betul. Aku emang...

Nanik: Enggak perlu yang ribet-ribet. Iya.

Pewawancara: Oke. Terus kan aku juga ada fitur *handle* yang aku buat ini ya. Nah, menurut Kakak ini secara fungsi atau ukuran gitu tuh udah nyaman belum dipegang? Untuk konsumen gitu ya.

Nanik: Kalau untuk fungsinya, bagus banget karena kan maksudnya ditenteng jadi lebih mudah gitu kan ya.

Untuk ukuran tangannya menurutku juga udah cukup sih. Cukup ya, oke gitu. Enggak perlu kantong plastik lagi.

Pewawancara: Iya, betul. Itu betul. Itu salah satunya.

Pewawancara: Oke, terus eh untuk pertanyaan selanjutnya, kira-kira menurut Kakak kemasannya tuh udah cukup aman belum sih buat melindungi produk *dessert* gitu?

Nanik: Kalau *dessert*, tadi aku ini ya, pegang ininya kayaknya aman, enggak akan ini ya, enggak akan apa namanya ngebekas.

Pewawancara: Ngebekas ya. Iya, aku...

Nanik: Mentega, minyak.

Pewawancara: Betul, aku memang pakai kemasan bahannya ivory, jadi emang di dalamnya tuh ada laminasinya.

Nanik: Jadi kan kalau lihat dari kemasan lamanya itu kan yang cokelat, bakal membekas banget ya di luarnya ya. Nah, kalau ini kayaknya enggak akan tembus ya.



© 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

Pewawancara: Betul. Oke, oke, oke.

Pewawancara: Oke, terus *next*-nya, tadi kan udah dilihat juga ya ada si produknya ukurannya kan kecil-kecil ya. Menurut Kakak ini ukurannya tuh udah pas belum sih buat menampung produknya gitu?

Nanik: Mm aku enggak tahu produknya
semana

Nanik: Iya sih, kayak gimana ya. Ini kalau dilihat udah kalau misalnya emang udah diukur dari-nya mungkin udah oke. Udah oke ya, ha'ah. Ya tahu diambilnya, diambilnya enggak tahu nih, cukup apa enggak.

Pewawancara: Oke.

Pewawancara: Terus juga kan aku ada fitur sekat tadi ya, pembatas. Nah, itu menurut Kakak udah cukup belum untuk ngeban- jaga produknya antara satu sama lain gitu?

Nanik: Bermanfaat sih, bermanfaat. Biar enggak kecampur ya, he'eh. Iya, betul, Kak.

Pewawancara: Oke, terus kira-kira kalau misalnya ada produknya, gampang enggak sih buat diambil kah?

Nanik: Nah, itu enggak tahu. Produknya ya.

Pewawancara: He'eh.

Nanik: Maksudnya kalau misalnya produknya emang kayaknya sekecil...

Pewawancara: Tipis itu kayak susah ya diambil ya?

Nanik: He'eh, pakai serut itu.

Pewawancara: Eh kayak mungkin secara bentuk ya, *cupcake*. He'eh.

Nanik: Oh, *cupcake*. Berarti lumayan tinggi.

Pewawancara: Lumayan tinggi.

Nanik: Kalau tinggi sih mudah diambil.

Pewawancara: He'eh.

Nanik: Kita tuh kayak agak ini...

Pewawancara: Agak ceper gitu ya?

Nanik: Iya, kalau ceper kayaknya susah diambil.

Pewawancara: He'eh.

Nanik: Tapi lumayan tinggi. He'eh, bisa, bisa, bisa.

Pewawancara: Tapi kalau dari aku sih mungkin aku *sengaja* ya bikin sekatnya bisa dibuka dulu. Jadi kayak, ya udah tinggal ditarik dulu aja gitu. Oh... Oh, iya, iya. Ini buat menjaga aja biar nanti pas misalnya di... bawa-bawa gitu enggak kecampur ya. Iya, kalau udah dibuka enggak apa-apa, bebas aja gitu. Oke, oke, oke. Oh, aman sih. Aman ya? Oh, oke.

Pewawancara: Terus kira-kira dengan fitur yang ada ini tuh, praktis enggak sih Kak untuk kategori kemas- apa ya, produknya yang untuk dibawa *takeaway* gitu?

Nanik: Oh, praktis banget. Praktis, praktis. Oke.

Pewawancara: Oke, itu tadi struktur, sekarang masuk ke visual. Iya. Kan si *brand* Butter Joy Lab ini namanya kan, dia itu pengen dilihat sebagai *brand dessert* yang *dessert homemade* yang hangat, nyaman, terus juga pengen kelihatan premium gitu ya. Meskipun emang harganya



© 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

enggak enggak premium-premium banget gitu. Masa bisa dibilang murah gitu. Menurut Kakak si visual kemasannya ini tuh udah menarik belum sih buat kat- buat produk *dessert*?

Nanik: Mm kalau menurutku dari aku yang tadi belum dikenalin tentang ini ya *brand*-nya, itu kayak kurang menggambarkan ini sih, apa namanya produk. Produknya, iya. Produknya, oke. Aku enggak tahu kalau tadi burger tahu. Oh, burger. (*tertawa*) Iya. Iya, kayak... Kalau aku malah ngira-ngiranya ini, *croissant* gitu. Oh, rotirotian. He'eh. Oh, oke, oke. *Pastry-pastry* gitu. Oke. Karena itu kan warnanya kayak enggak enggak apa ya, kayak enggak cenderung kayak kecokelatan semua gitu kan. Oke. Iya, he'eh. Ini nya sih, apa namanya, kayak belum elemen-elemennya belum ada yang menggambarkan itu gitu. Oke. Terus...

Pewawancara: Menurut Kakak desain-desain apa, visual desainnya itu udah mencerminkan karakter *brand*-nya belum tapi? Kayak yang aku sebutin tadi, kayak nyaman, *comfort*, terus juga pengen kelihatan premium gitu. Kalau dari segi karakter desain eh karakter *brand* gitu. He'eh. He'eh. Karakter ini? Iya, betul. Visualnya... Kayak pemilihan warna? Eh iya, secara keseluruhan. Kurang apa? Kayak *font* atau gimana ya? He'eh. Kayak enggak, maksudnya kalau misalkan orang baru dari kejauhan tuh kurang, kurang kelihatan gitu. Iya, sama kayak biasanya kan ada beberapa *brand* atau kompetitor belum ada tulisannya tapi udah kelihatan. Logonya ya, iya, iya. Udah kelihatan eh iya, ada di... Kan ada kayak iya, kayak misalkan ada logo ini apa sih namanya, yang kayak... *Chef*, topi *chef*. Nah, iya, bisa. Oke. Mungkin lebih ke elemen yang bisa menggambarkan ciri khas, ciri khas si pro- *brand*-nya. *Brand*-nya ya, iya.

Pewawancara: Tapi ini pemilihan warna oranye dari kamunya sendiri atau emang dari si *brand*-nya itu? Eh, ini ada pertanyaan selanjutnya pas banget. Oh, oke. Kan aku ada milih warna, sebenarnya warnanya ini emang dari *brand*-nya. Oke. Jadi emang dominannya tuh *brand*-nya itu maunya warna *butter* sebenarnya. Oh, oke. He'eh. Jadi kayak domin- aku makanya pakai warna gradasinya itu oranye ke kuning. He'eh, he'eh, he'eh. Karena emang kliennya mau arahnya tuh ke warna-warna terang yang kayak ala-ala *butter* gitu. Nah, kira-kira kalau aku pakai warna itu tuh, udah cocok belum sama karakter *brand*-nya?

Nanik: Kalau aku pribadi cocok aja sih kalau masalah warna. He'eh. Nyatu juga warnanya gradasinya di sini juga nyatu sebenarnya sama warna... Gradasinya iya. Iya, bagus sih. Ya, udah sesuai karakter *brand*-nya. He'eh. Ya, oke.

Pewawancara: Terus kalau visual secara khusus ilustrasi *shape*-nya itu gimana menurut Kakak? Udah sesuai belum sama karakter dari *brand*-nya atau gimana? Ini maksudnya, ini? Iya, enggak, enggak, ilustrasi... Iya, yang dari Kakak ini. Oh, ini tadi. Sebenarnya aku secara ide itu pengen bikinnya itu kayak *steam* gitu. Jadi kayak emang dia pengen, aku pengen bikinnya mengalir aja gitu. Jadi kayak menonjolkan si *comfort* dan elegannya itu. Jadi emang enggak banyak mainin visual gitu. Iya, iya, iya, iya. Gimana ya? Kalau menurutku... Udah sih, kalau dari bagian sininya tuh menurutku udah, cuma enggak tahu apa yang kurang kayak ada yang kurang, ya tadi yang kita bilang kayak... Kurang menampilkan si produknya. Produknya, oke. Jadi enggak tergambar ini tuh, supaya misal orang-orang bawa, ini produk apa sih sebenarnya. Oke, oke. Oke.

Pewawancara: *Noted*. Terus, ini kan aku juga ada meskipun enggak banyak tapi aku pakai ada informasi-informasi gitu yang pakai tipografi gitu ya. Kira-kira jenis huruf yang aku pakai itu udah cocok belum sama karakter *brand*-nya? Itu titik duanya ya? Apa? Supaya ini *expired*. Mmm *expired*, baik digunakan sebelum... Oh, sama ya? Sama, iya. Mungkin informasi ini aja kayak biasanya tuh ada informasi pembuatan di tanggal berapa. Oh, iya, iya. Itu tuh sebenarnya yang baik sebelum digunakan itu tuh... Baik digunakan sebelum. Eh, itu tuh *best consume*-nya yang kayak meskipun belum *expired* tapi enakya dipakai kapan ya. Kalau *expired* tuh benarbenar titik akhirnya, gitu maksudnya. Kayak jangan sampai gitu. Memang kalau yang atas itu buat yang enakya setelah beli, itu dimakannya sampai kapan gitu. Kalau dari *brand*-nya maunya kayak gitu. Bagus sih, cuman... He'eh. Udah ada informasi itunya. Betul. Tapi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dari segi penempatan dan itu sudah cukup cukup terlihat belum Kak, informasi-informasi yang ada?

Nanik: Kalau *Instagram*, kalau aku udah ya. He'eh. Ini kelihatan? Udah sih. Mungkin informasinya... Kalau ini sih, mungkin ada ini, tambahan informasi nomor WhatsApp atau toko. Oh, oh yang lebih... Informasi tambahan itu ya? He'eh. Biasanya kalau boks-boks apa boks kemasan kan biasanya ada itu ya. Betul. Pemesanan atau kritik saran gitu misalnya. Oke, oke, oke, oke. Pemesanan. Jadi enggak cuma sosmed aja ya? Iya. Oke.

Pewawancara: Kalau logo, Kak, menurut Kakak udah cukup terlihat atau masih bisa lebih diperbesarkan atau tempatnya di... Peletakan boks ya? Iya. Oh, penempatan logonya berarti ya? Penempatan logonya. Oke.

Pewawancara: Terus terakhir, secara keseluruhan tuh semua elemen-elemennya gitu ya, itu tuh udah seimbang belum Kak? Atau maksudnya udah cukup satu sama lain tuh udah menggambarkan karakter *brand*-nya belum sih Kak?

Nanik: Iya, kayak tadi sih sebenarnya kurang terlihat, tapi enggak tahu nih elemen di mananya gitu yang kurang ngeliatin bahwa ini tuh *brand*... Donat, boks. Eh, apa sih namanya? *Cupcake*. *Cupcake* itu kan. He'eh. Iya sih, sebenarnya. Mungkin lebih diperbanyak elemen yang agak-agak *cupcake*, tapi enggak *cupcake* banget gitu kan. Bener, iya. Oke, oke, oke, iya, iya, iya. Maksudnya biar lebih kelihatan gitu ya, sisi oh ini penjualannya ini toh, gitu loh. He'eh, he'eh. Oke. Sama biar kayak kadang orang kan ngelihat dari warnanya juga kan. Betul. Kayak boks kayak misalkan kita kayak apa ya, kayak logo-logo yang boks kayak gitu. Iya, iya. Jadi pas di kotak-kotak udah pasti kelihatan kan isi boks itu gitu. Karena kayak warnanya udah... Betul. Udah ciri khas dari... Iya, kayak ada hitam-hitam gitu, gitu. Oke, oke, oke. Terus sih Kak. Iya, jadi kayak bisa orang bisa kenal, oh udah di luar kepala gitu. Oke. Ini enggak sih, transkrip, transkrip. Penulisan ya? Iya. *(tertawa)* Oke. Iya, ada transkrip. Kayak langsung kelihatan gitu. Nanti jangan ditranskrip. Tapi anu, cerita dulu ya transkrip atau enggak. Iya, iya, he'eh, he'eh. Oke, oke, oke, oke.

Pewawancara: Terima kasih Kak, itu pertanyaannya semuanya udah semua. Oke.

Nanik: Udah selesai?

Pewawancara: Udah.

Transkrip testing dengan target audience

(Audi, Anisa, Klarisa, Fitri, Cherry)

Pewawancara: Oke aku mulai *record* ya, Kak. Sebelumnya, namanya siapa?

Audi: Audi.

Pewawancara: Audi.

Anisa: Anisa.

Klarisa: Klarisa.

Fitri: Fitri.

Cherry: Cherry.

Pewawancara: Oh, Mbak Cherry. Oke, Kakak-Kakak tadi kan sudah melihat bentuk kemasan aku ya, terus tadi aku juga sudah kasih konteks tentang *brand*-nya. Eh, ini aku masuk ke pertanyaan pertama tentang bentuk kemasannya atau struktur kemasannya. Pertanyaan pertama, eh menurut Kakak-Kakak apakah kemasan ini tuh sudah mudah dibuka gitu oleh konsumen, secara pembukaan kemasannya?



© 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

Responden: Sudah mudah, sudah mudah dibuka.

Pewawancara: Tadi kan tentang buka, terus apakah menutup kembalinya juga sudah mudah gitu?

Audi: Kalau buat aku sudah. Ini bukan yang kardus yang, tahu enggak sih? Ada kan juga yang kayak gini, tapi buat di... apa ya yang susah dibuka itu. Jadi masih mudah, apa masih dibilang mudah ya.

Pewawancara: Oke. Terus kan di kemasan aku juga ada fitur *handle*-nya ya. Eh, menurut Kakak, eh fitur *handle*-nya ini sudah cukup nyaman belum sih untuk membawa produknya?

Audi: Kayak kalau misalkan ininya *handle*-nya agak dibikin lebih tinggi gitu bisa? Oh, lebih tinggi ya? Saya kadang kalau kalau tangannya gede kan kegeser-geser gitu kan. Agak-agak mentok. Ah, lebih dipas lagi untuk ukuran tangan gitu ya? Oke. Oke, oke, oke, *noted*.

Pewawancara: Terus eh menurut Kakak, eh apakah kemasan ini sudah cukup aman gitu ya buat melindungi produk si *dessert* tadi?

Audi: Buat kue apa lagi ya, Mas? Oke.

Pewawancara: Terus tadi kan aku juga ada fitur sekat di dalamnya ya. Eh, menurut Kakak itu tuh ngebantu enggak sih buat menjaga produknya? Terutama nanti kan isinya ada empat produk ya.

Responden: Sudah cukup ngebantu, jadi enggak kecampur satu sama lain. Sebenarnya ngebantu, tapi Mas, kalau ada sekatnya kayak gitu, itu apakah... kalau di tokonya itu jualnya itu emang paketan isi empat gitu apa kita tetap bisa beli satu?

Pewawancara: Betul, kalau yang ini tuh khusus untuk kemasan empatnya, iya gitu. Jadi aku emang mengambil yang untuk *bundling* empatnya gitu. Gitu, jadi nanti mungkin kalau misalkan ada yang beli delapan atau lebih sedikit nanti ada lagi kemasannya. Gitu, ini memang untuk yang empat, gitu. Oke, terus eh menurut Kakak ini tuh udah kalau misalkan nanti ada produknya di situ, kira-kira udah mudah diambil belum sih dari kemasannya gitu?

Audi: Sebenarnya kalau masih ada sekatnya gini mungkin agak susah ya, tapi kayak... kalau sekatnya dibikin bisa diangkat gitu, menurut aku oke sih.

Pewawancara: Iya, ini aku bikinnya emang enggak nempel sih supaya juga enggak susah gitu. Oke. Terus eh apakah menurut Kakak ini udah udah cukup praktis gitu sebagai kemasan *takeaway* gitu?

Responden: Sudah, sudah aman. Oke.

Pewawancara: Itu tadi pertanyaan terkait struktur kemasannya. Ini aku mau ke bagian visualnya. Eh, tadi kan aku udah bilang kalau si *brand* ini tuh pengen kelihatan sebagai *brand dessert homemade* ya, yang kelihatannya tuh pengen *comfort*, premium, meskipun harganya emang enggak mahal, gitu. Harga produknya tuh sekitar Rp7.000-an. Nah, terus eh pertanyaan pertama tuh menurut Kakak tampilan visualnya ini tuh udah cukup menarik belum untuk sebuah *brand dessert* gitu ya, UMKM *dessert*?

Responden: Menarik. Menarik sih, tapi eh maksudnya pas kita dapat ini, ini tuh kayak enggak menonjolkan si... produknya. Produknya, kayak kita anggapnya ini tuh di... ya udah, beli di toko kan ada juga toko yang jual ini, jadi takutnya... ha'ah, jadi kayak... belum kelihatan, belum kelihatan kayak... belum kelihatan kalau ini isinya *dessert* gitu. Oke.

Pewawancara: Tapi ketika tadi aku bilang, "Oh, ini tuh kemasannya tentang *dessert*, segala macam," terus dia punya karakteristik tadi sebagai *brand homemade dessert*, tapi eh kira-kira visualnya tuh udah menggambarkan karakter *brand*-nya belum?

Audi: Oke. Karena kuenya kue-kue lucu gitu, maksudnya *cheesecake* gitu kan ya, *cheesecake* kecil-kecil, bisa kayak lebih... iya, lebih kayak identik dengan kuenya itu gitu. Ini emang 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

maksudnya tujuannya kan buat yang apa namanya, yang kelihatan premium tapi emang enggak mau kelihatan kayak... oh, yang kelihatan mahal gitu. Tapi kalau kelihatan dari sini padahal kayak enggak *match* sama isi kuenya gitu, kayak... oh, produknya. Ha'ah, dia kayak jomplang gitu loh, padahal produknya lucu-lucu tapi ininya hitam gitu. Oke, oke, oke.

Pewawancara: Terus eh ini kan ada aku pakai warna-warna dari *brand*-nya ya, kayak ada warna kuning, warna oranye, paling dominan sih warna gradasi oranye kuning. Menurut Kakak warna itu tuh udah menimbulkan apa, udah mendukung kesan dari karakter dari *brand*-nya enggak?

Audi: Kalau kuenya *cheesecake* mungkin kayak sesuai ya, kayak gradasi oranye. Oke.

Pewawancara: Terus ini kan aku juga ada ilustrasi ya, ilustrasi *shape* kayak gini. Sebenarnya aku bikin tuh eh konteksnya tuh itu ilustrasi kayak *wave-wave* sederhana gitu, maksudnya kayak supaya menggambarkan si *comfort*-nya gitu. Itu tuh menurut Kakak si ilustrasinya tuh eh pas enggak sih sama karakter *brand*-nya gitu?

Audi: Heeh. Lucu-lucu, cuma sebenarnya kalau tadi Kakak enggak jelasin, aku sebenarnya agak kurang... kurang mengerti. Oke, oke, oke. Kebayang sih.

Pewawancara: Mm, terus eh aku emang di sini tuh tampilin beberapa teks informasi ya, meskipun enggak banyak. Menurut Kakak itu udah *font* yang aku pakai itu udah sesuai belum sih? Kira-kira cocok enggak dengan keseluruhan itunya, keseluruhan desainnya?

Responden: Cocok sih, sudah sesuai. Ukurannya juga enggak terlalu kecil. Oke.

Pewawancara: Terus eh menurut Kakak logonya itu tuh untuk penempatan logonya, kira-kira itu udah mudah dikenali atau masih bisa lebih di- mungkin secara ukuran atau secara *placement* gitu?

Responden: Ini di tengah ya? Menonjol. Masih bisa lebih besar lagi kayaknya. Oke.

Pewawancara: Mm, terus terakhir secara keseluruhan tuh semua elemen-elemennya gitu ya, itu tuh udah seimbang belum, Kak? Atau maksudnya udah cukup satu sama lain tuh udah menggambarkan karakter *brand*-nya belum sih, Kak?

Responden: Iya, peletakkannya sih. Penempatan logonya berarti ya? Penempatan logonya. Oke. Terus terakhir, secara keseluruhan tuh semua elemen-elemennya gitu ya. Itu tuh udah seimbang belum, Kak? Atau maksudnya udah cukup satu sama lain tuh udah menggambarkan karakter *brand*-nya belum sih, Kak? Iya, kayak tadi sih sebenarnya kurang terlihat, tapi enggak tahu nih elemen di mananya gitu yang kurang ngelihat in bahwa ini tuh *brand*... donat, boks, eh apa sih namanya? *Cupcake*. *Cupcake* itu kan. Heeh. Iya sih sebenarnya, mungkin lebih diperbanyak elemen yang agak-agak *cupcake* tapi enggak *cupcake* banget gitu kan. Bener, iya. Oke, oke, oke, iya, iya, iya. Maksudnya biar lebih kelihatan gitu ya, sisi oh ini penjualannya ini toh, gitu loh. Heeh, heeh. Oke. Sama biar kayak kadang orang kan ngelihat dari warnanya juga kan. Betul. Kayak boks kayak misalkan kita kayak apa ya, kayak logo-logo yang boks kayak gitu. Iya, iya. Jadi pas di kotak-kotak udah pasti kelihatan kan isi boks itu gitu. Karena kayak warnanya udah... betul. Udah ciri khas dari... iya, kayak ada hitam-hitam gitu, gitu. Oke, oke, oke. Terus sih, Kak. Iya, jadi kayak bisa orang bisa kenal, oh udah di luar kepala gitu. Oke. Ini enggak sih, transkrip, transkrip. Penulisan ya? Iya. (*tertawa*) Oke. Iya, ada transkrip. Kayak langsung kelihatan gitu. Nanti jangan ditranskrip. Tapi anu, cerita dulu ya transkrip atau enggak. Iya, iya, he'eh, he'eh. Oke, oke, oke, oke.

Pewawancara: Terima kasih, Kak. Itu pertanyaannya semuanya udah semua. Oke.

Nanik: Udah selesai?

Pewawancara: Udah.



© 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

Pewawancara: Makasih, Kak. Itu pertanyaannya semuanya udah semua. Terima kasih sudah bantu, KakakKakak.

Responden: Iya, terima kasih.

Transkrip kelima dari kelompok responden perempuan (Audi, Anisa, Klarisa, Fitri, Cherry) juga sudah berhasil dirapikan dengan saksama.

Transkrip testing dengan target audience

(Miftah)

Pewawancara: Oke Mas, ini udah *record* ya. Kita masuk ke pertanyaan pertama. Eh ini pertanyaan tentang struktur. Menurut Mas, eh apakah kemasan yang sudah saya buat itu sudah mudah dibuka gitu?

Responden: Iya, kalau untuk kemasan ini, mudah di untuk dibuka sih Mas, lebih simpel, enggak terlalu rumitlah. Jadi kalau untuk dibuka, untuk pengemasan *packing*-nya juga kencang, maksudnya enggak gampang copot-copot.

Pewawancara: Oh iya, oke. Berarti sudah mudah dibuka ya, Mas?

Responden: Iya.

Pewawancara: Terus, eh masih sama tapi ini ditutup, apakah kemasan mudah ditutup kembali gitu?

Responden: Untuk ditutup kembali, ya lumayan mudah sih, maksudnya enggak terlalu sulit, enggak terlalu sulit ya? Simpel, simpel.

Pewawancara: Oke.

Pewawancara: Terus, eh di kemasan ini kan juga ada fitur *handle* ya Mas, ini ada *handle*-nya gitu. Eh menurut Mas apakah *handle*-nya sudah cukup memudahkan eh ketika konsumen membawa produknya gitu?

Responden: Memudahkan untuk *handle* ukuran segini termasuk ya masih bisa...

Pewawancara: Muat tangan ya?

Responden: He'eh, muat tangan. Oke.

Pewawancara: Terus eh selanjutnya apakah eh menurut Mas kemasan ini sudah cukup aman gitu untuk melindungi si produknya tadi ya, eh terutama kalau misalnya beli *takeaway* gitu?

Responden: Untuk *packing*-annya ya enggak cukup aman sih untuk ini, untuk ukuran segini, bentuk kayak gini, ya kagak mudah jatuhlah untuk produknya.

Pewawancara: Oh, iya, iya. Kebayang.

Pewawancara: Eh terus menurut Mas apakah si ukuran kemasannya ini sudah sesuai gitu untuk menampung si produknya yang tadi saya kasih lihat kan produknya emang kecil-kecil kayak tadi kan, terus sudah ada sekatsekatnya gitu?

Responden: Ya untuk ukuran produk segitu untuk kemasan segini, cukup.

Pewawancara: Sudah cukup ya?

Responden: Udah cukup, ya. Oke.

Pewawancara: Terus, eh menurut Mas apakah si fitur sekat tadi itu, yang pembatas tadi, itu udah cukup eh ngebantu menjaga produknya gitu?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan 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

Responden: Cukup membantu, agar produk tidak terlalu menempel satu sama lain.

Pewawancara: Oh, iya betul, betul.

Pewawancara: Nah, kira-kira menurut Mas, eh dengan ukuran segini, si produknya itu mudah enggak diambil dari kemasannya gitu?

Responden: Eh untuk mudah mengambilnya, itunya, saya... langsung aja, ya? Iya, enggak apa-apa. Ya, mudah sih Mas.

Pewawancara: Oke.

Responden: Iya, soalnya masih ada ruangan sedikit untuk mengambilnya.

Pewawancara: Masih ada ruang ya, oke.

Pewawancara: Eh apakah kemasan ini sudah praktis digunakan gitu?

Responden: Untuk modelan begini, praktis, Mas.

Pewawancara: Oke. Itu tadi pertanyaan tentang struktur, sekarang masuk ke si *branding*-annya gitu, Mas.

Responden: Iya, ya.

Pewawancara: Eh apakah eh tampilan visual kemasan sudah terlihat menarik gitu untuk produk *dessert* gitu?

Responden: Ya cukup menarik sih untuk modelan... Oh, sudah cukup menarik ya? He'em.

Pewawancara: Terus kedua, eh apakah eh desain yang ada sekarang ini sudah mencerminkan si *brand*-nya itu loh, eh yang tadi saya bilang itu *brand dessert* yang pengen kelihatan premium namun tetap terjangkau gitu?

Responden: Cukup sih. Dari *packing*-annya terlihat rapi, enggak terlalu ini lah, norak istilahnya, masih simpel, simpel ya.

Pewawancara: Terus, eh apakah penggunaan warna-warna yang ada pada kemasan ya, ada warna kuning, ada warna oranye, krem, coklat, gitu, itu tuh sudah memberikan kesan premium atau gitu-gitu?

Responden: Iya, karena ini termasuk warna terang.

Pewawancara: Oke.

Responden: Ada ciri khas tersendiri lah.

Pewawancara: Oke. Terus, eh apakah si ilustrasi *shape* ini nih Mas, yang sudah saya buat, itu tuh eh mendukung kesan si *brand*-nya itu tadi?

Responden: Untuk ilustrasi cukup mendukung.

Pewawancara: Cukup mendukung ya?

Pewawancara: Terus, eh apakah jenis huruf gitu, saya kan ada pakai sorry Mas, ini ada tipografi gitu loh maksudnya. Iya, *font*-nya. Itu tuh apakah cocok gitu, Mas, dengan karakter *brand*-nya?

Responden: Nah cocok, Mas, ini. Cocok ya?

Pewawancara: Terus, eh apakah logo pada *brand* gitu, sudah cukup mudah dilihat atau bagaimana gitu Mas? Atau... atau harus masih bisa lebih diperbesarkah atau memang sudah cukup, menurut Mas gimana?

Responden: Mm untuk logo mudah dilihat. Oke, standar.

Pewawancara: Standar, ya? Enggak terlalu kecil, enggak terlalu besar.



© 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

Responden: Enggak terlalu kecil, enggak terlalu besar, oke.

Pewawancara: Terus, eh informasi-informasi yang ada pada kemasan seperti sosmed, terus nanti di sampingnya juga ada... iya, info-info tentang ini lah, *expired date* atau semacamnya, itu tuh sudah mudah dibaca gitu?

Responden: Iya, udah. Untuk ukuran *font* segini, udah kelihatan.

Pewawancara: Untuk ukuran, iya. Sudah terbaca ya, Mas?

Responden 簽: Sudah terbaca.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Pewawancara: Terus terakhir, eh apakah... tata letak si seluruhnya gitu ya Mas, itu tuh sudah nyaman dilihat dan sudah mendukung karakter *brand*?

Responden: Untuk tata letaknya sih, udah oke ya, simetris juga sih ya. Betul, betul. Enggak terlalu ini banget, maksudnya dia cukup mudah dilihat lah.

Pewawancara: Oke, enak dilihat.

Responden: Enak dilihat.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih, itu tiap pertanyaannya udah semua.

Responden: Iya.

Pewawancara: Thank you, Mas.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN DOKUMENTASI TESTING





Hak Cipta :

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

LAMPIRAN HASIL CEK TURNITIN

 iThenticate®Similarity Report ID: oid:3618:144749710

PAPER NAME

DG8C_ALIF LUQMANUL H_PERANCANG
AN DESAIN KEMASAN PRODUK MAKAN
AN MANIS.pdf

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
15207 Words	96648 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
82 Pages	978.0KB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 2, 2026 3:42 PM GMT+7	Jul 2, 2026 3:43 PM GMT+7

● 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 6% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

 iThenticate®Similarity Report ID: oid:3618:144749710

● 7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 6% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id	2%
	Internet	
2	medium.com	<1%
	Internet	
3	docplayer.info	<1%
	Internet	
4	jurnal.isi-ska.ac.id	<1%
	Internet	



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Alif Luqmanul Hakim

GRAPHIC DESIGNER

Contact

Alif Luqmanul Hakim
Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12640
0819-2933-0709
aliflukman21@gmail.com
www.linkedin.com/in/alifluqmanulh

Professional Summary

Passionate Graphic Designer with hands-on experience in branding, packaging design, and visual identity development. Skilled in leading creative teams and executing design projects from concept to completion. Proficient in Adobe Suite and 3D visualization, with a strong foundation in design thinking and market research. Eager to contribute innovative ideas and creative solutions to dynamic design teams.

Project Experience

Ondelightful – Branding & Packaging Design

September 2024 – December 2024 | Team Leader | Packaging Designer | Branding Designer

- Led the brand identity development for Ondelightful, a modern onde-onde brand, resulting in a consistent visual identity used across all marketing platforms. Designed an interactive packaging concept, increasing customer engagement and brand recognition.
- Designed an innovative packaging concept, incorporating functional and interactive elements aligned with the brand's values.
- Created a comprehensive brand guideline, establishing the brand's visual identity for future marketing efforts.

Elkana Gunawan – Brand Profile Book

April 2024 – August 2024 | Art Director | Graphic Designer

- Directed the visual concept and layout of a professional brand profile book for Elkana Gunawan, a luxury fashion brand.
- Managed the design process from ideation to final execution, ensuring high visual quality and alignment with the brand's identity.
- Collaborated with a multidisciplinary team to produce a visually engaging and informative brand document.

Scaleena.id – Aromatherapy Candle Packaging Design

October 2023 – January 2024 | Team Leader | Packaging Designer

- Developed a packaging design solution for Scaleena.id, optimizing both aesthetic appeal and functionality for consumer convenience.
- Led a team in brainstorming and executing a brand-aligned packaging concept, integrating minimalist yet elegant design elements.
- Ensured the final packaging was production-ready, optimizing materials for cost-efficiency without compromising design quality.



© 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

Kurancang by NFah Food – Packaging Label Design May 2023 – July 2023 | Team Leader | Graphic Designer

- Designed a modern and market-friendly packaging label for Kurancang, a growing MSME food brand.
- Conducted market research and competitor analysis to create a differentiated and competitive visual identity.
- Worked closely with the client to refine the design, ensuring strong brand alignment and consumer appeal.

Internship – IBI Kosgoro 1957 October 2020 – April 2021 | Creative Staff | Graphic Design Intern

- Assisted in designing social media content and marketing materials.
- Created engaging visual assets for digital campaigns.

Education

Politeknik Negeri Jakarta | 2022 – 2026
Undergraduate Graphic Engineering and Publishing – Graphic Design

- Project-Based Learning using the Design Thinking method.
- Last GPA : 3.82

SMKN 62 Jakarta | 2019 – 2022
Graduated from Vocational High School – Multimedia

- Certificate of Competency KKNi II in Multimedia Expertise March 25, 2022 - 2025
- industrial work practice for 6 months

Licenses & certifications

KKNI Level II pada Kompetensi Keahlian Multimedia
Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
Issued Mar 2022 · Expires Mar 2025
Credential ID 61934 2166 2 0003615 2022

Certifications
Certificate of Implementation of Industrial Work Practice
IBI Kosgoro 1957 | June, 2021

Additional Training
Certificate of Mentor for Basic Graphic Design Training
Internship – IBI Kosgoro 1957 | March, 2021

Skills

Technical Skills

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- 3ds Max

Soft Skills

- Leadership
- Time Management
- Design Thinking