



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR  
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN ULANG KEMASAN *BRAND* DONABON SEBAGAI  
MEDIA *BRANDING***



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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Oleh:  
**ALYA JULIETTA**  
**2206421078**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2026**



## © 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

## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Kemasan *Brand* Donabon sebagai Media *Branding*  
Penulis : Alya Julietta  
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan  
Program Studi : Desain Grafis

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

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Depok, 2 Juli 2026

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds  
NIP. 199005112019032019



**Hak Cipta :**

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

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN ULANG KEMASAN *BRAND* DONABON**  
**SEBAGAI MEDIA *BRANDING***

Oleh:

Alya Julietta

2206421078

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

**Penguji I**

Ardyta Praviasari, M.Ds.  
NIP. 198911012025062002

**Penguji II**

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

**Kepala Program Studi**

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

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

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

**Perancangan Ulang Kemasan *Brand* Donabon sebagai Media Branding**

adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Alya Julietta

2206421078



**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

Persaingan usaha *brand* donat dan *dessert* di Indonesia semakin kompetitif seiring bertambahnya kompetitor yang menjual produk sejenis, sehingga penting bagi sebuah *brand* untuk menonjolkan citra *brand* agar mudah dibedakan dan meningkatkan daya tarik konsumen. Donabon merupakan *brand* UMKM yang menjual donat klasik premium dan kudapan klasik lainnya. Berdasarkan hasil survei ke target audiens Donabon, kemasan Donabon belum merepresentasikan citra *brand* Donabon sebagai *brand* yang menjual donat klasik premium dengan nuansa nostalgik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang desain dan struktur kemasan box yang merepresentasikan citra *brand* Donabon sekaligus menjadikannya media *branding* yang efektif. Metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* melalui tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, survei, dan studi literatur, dengan metode analisis *mix methods* yang membentuk analisis SWOT untuk merumuskan *creative brief* sebagai arahan perancangan. Hasil perancangan menghasilkan konsep visual dengan *tone and manner* klasik, premium, dan hangat, yang diwujudkan melalui warna coklat dan krem, ilustrasi *handdrawn*, tipografi *script* dan serif, serta ornamen *art nouveau* pada *surface* kemasan, sementara struktur kemasan dirancang berbentuk setengah lingkaran dengan kunci *slit lock*. Konsistensi konsep visual tersebut diterapkan juga pada media pendukung seperti *handle* opsional, *handle sleeve* toples, *paper bag*, dan kartu ucapan sehingga tercipta kesatuan dalam identitas *brand*. Dengan demikian, kemasan yang dihasilkan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga menyampaikan *brand story* Donabon dan menjadi media *branding*.

**Kata Kunci:** kemasan makanan, media *branding*, Donabon



**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

## ABSTRACTS

*Competition among donut and dessert brands in Indonesia has become increasingly competitive as more competitors offer similar products, making it important for a brand to highlight its brand image so that it can be easily distinguished and increase consumer appeal. Donabon is local small business brand that sells premium classic donuts and other classic snacks. Based on survey results from Donabon's target audience, Donabon's packaging does not yet represent its brand image as a brand selling premium classic donuts with a nostalgic nuance. Therefore, this research aims to design the visual design and structure of box packaging that represents Donabon's brand image while making it an effective branding medium. The design method used is design thinking through the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test, with data collection techniques in the form of interviews, observation, surveys, and literature studies, and a mixed-methods analysis that formed a SWOT analysis to formulate a creative brief as design direction. The design results produced a visual concept with a classic, premium, and warm tone and manner, realized through brown and cream colors, handdrawn illustrations, script and serif typography, and art nouveau ornaments on the packaging surface, while the packaging structure was designed in a half-circle shape with a slit lock closure. This visual concept's consistency was also applied to supporting media such as the optional handle, jar handle sleeve, paper bag, and greeting card, creating a unified brand identity. Thus, the resulting packaging not only functions to protect the product, but also conveys Donabon's brand story and serves as a branding medium.*

**Keywords:** food packaging, branding media, Donabon



**Hak Cipta :**

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

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Ulang Kemasan *Brand* Donabon sebagai *Media Branding*” dengan baik dan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis memperoleh berbagai dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan saran dan masukan yang sangat membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Sri Mulyaningsih, selaku pemilik *brand* Donabon yang sudah bersedia menjadi klien dalam proyek tugas akhir.
6. Keluarga penulis atas dukungan moral dan material selama proses penyusunan tugas akhir.
7. Nouval Khalis yang selalu memberi dukungan dan menjadi penyemangat selama penulisan tugas akhir.
8. Kesya Kirana Zahra dan Raissa Putri Ardhani yang selalu memberi dukungan dan menjadi penyemangat selama penulisan tugas akhir.
9. Teman-teman kelas 8C yang telah menemani penulis selama perjalanan kuliah.



## © 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

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak sempurna dan masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dan akan diterima dengan baik.

Jakarta, 2 Juli 2026

Alya Julietta





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR ISI**

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR..... | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                     | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....  | iv   |
| ABSTRAK .....                               | v    |
| <i>ABSTRACTS</i> .....                      | vi   |
| PRAKATA.....                                | vii  |
| DAFTAR ISI.....                             | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....                          | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                          | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                       | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                    | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                   | 3    |
| 1.3 Ruang Lingkup.....                      | 3    |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat .....                | 3    |
| 1.5 Sistematika Penelitian.....             | 4    |
| BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....            | 6    |
| 2.1 Kemasan.....                            | 6    |
| 2.1.1 <i>Branding</i> Pada Kemasan .....    | 6    |
| 2.1.2 Fungsi Kemasan .....                  | 7    |
| 2.1.3 Jenis-Jenis Kemasan.....              | 7    |
| 2.2 Desain Kemasan.....                     | 9    |
| 2.2.1 Struktur Kemasan.....                 | 9    |
| 2.2.2 Desain Grafis Kemasan.....            | 13   |
| 2.3 Proses Desain Kemasan .....             | 28   |
| BAB III METODE PERANCANGAN.....             | 30   |



**Hak Cipta :**

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

|                                                 |           |
|-------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Metode Penelitian.....                      | 30        |
| 3.2 Data dan Analisis .....                     | 32        |
| 3.2.1 Profil Klien.....                         | 32        |
| 3.2.2 Product Knowledge .....                   | 34        |
| 3.2.3 Target Audience .....                     | 36        |
| 3.2.4 Kompetitor .....                          | 37        |
| 3.2.5 Consumer insight .....                    | 39        |
| 3.2.6 Positioning .....                         | 41        |
| 3.2.7 Analisis SWOT .....                       | 41        |
| 3.3 Arahana Kreatif.....                        | 43        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN .....</b> | <b>45</b> |
| 4.1 Konsep Visual .....                         | 45        |
| 4.1.1 Mindmap .....                             | 45        |
| 4.1.2 Moodboard .....                           | 46        |
| 4.2 Proses Desain .....                         | 47        |
| 4.2.1 Sketsa Struktur Kemasan .....             | 47        |
| 4.2.2 Sketsa Awal.....                          | 49        |
| 4.2.3 Sketsa Manual .....                       | 49        |
| 4.2.4 Desain Komprehensif.....                  | 54        |
| 4.2.5 Desain Terpilih.....                      | 58        |
| 4.2.6 Prototype .....                           | 60        |
| 4.2.7 Testing.....                              | 61        |
| 4.2.8 Technical Drawing.....                    | 62        |
| 4.2.9 Final Artwork .....                       | 64        |
| 4.3 Media Pendukung .....                       | 68        |
| 4.4 Pertimbangan Produksi .....                 | 70        |
| <b>BAB V SIMPULAN .....</b>                     | <b>71</b> |
| 5.1 Simpulan .....                              | 71        |
| 5.2 Saran.....                                  | 72        |
| <b>DAFTAR REFERENSI .....</b>                   | <b>1</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                            | <b>79</b> |

**Hak Cipta :**

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

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kemasan Primer .....                                        | 8  |
| Gambar 2.2 Kemasan Sekunder .....                                      | 8  |
| Gambar 2.3 Kemasan Tersier .....                                       | 9  |
| Gambar 2.3 Kertas <i>Ivory</i> .....                                   | 10 |
| Gambar 2.4 Kertas <i>Art Carton</i> .....                              | 10 |
| Gambar 2.5 Struktur Kemasan <i>Straight Tuck Box</i> .....             | 11 |
| Gambar 2.6 Struktur Kemasan <i>Reverse Tuck Box</i> .....              | 11 |
| Gambar 2.7 Struktur Kemasan <i>Lock Bottom Tuck Box</i> .....          | 12 |
| Gambar 2.8 Struktur Kemasan <i>Auto Lock Bottom Tuck Box</i> .....     | 12 |
| Gambar 2.9 Struktur Kemasan <i>One Piece Box</i> .....                 | 13 |
| Gambar 2.10 Struktur Kemasan <i>Two Piece Box</i> .....                | 13 |
| Gambar 2.11 Typeface Serif .....                                       | 14 |
| Gambar 2.12 Typeface Sans Serif .....                                  | 15 |
| Gambar 2.13 Typeface Script .....                                      | 15 |
| Gambar 2.14 Typeface Dekoratif .....                                   | 16 |
| Gambar 2.15 Skema Warna Monochromatic .....                            | 17 |
| Gambar 2.16 Kombinasi Warna Monochromatic .....                        | 17 |
| Gambar 2.17 Skema Warna Analogous .....                                | 18 |
| Gambar 2.18 Kombinasi Warna Analogous .....                            | 18 |
| Gambar 2.19 Skema Warna Complementary .....                            | 18 |
| Gambar 2.20 Kombinasi Warna Complementary .....                        | 18 |
| Gambar 2.21 Skema Warna Triadic .....                                  | 19 |
| Gambar 2.22 Kombinasi Warna Triadic .....                              | 19 |
| Gambar 2.23 Skema Warna Split-Complementary .....                      | 20 |
| Gambar 2.24 Kombinasi Warna Split-Complementary .....                  | 20 |
| Gambar 2.25 Skema Warna Tetradic .....                                 | 20 |
| Gambar 2.26 Kombinasi Warna Tetradic .....                             | 20 |
| Gambar 2.27 Contoh Kemasan Berwarna Putih .....                        | 21 |
| Gambar 2.28 Contoh Kemasan Berwarna Coklat .....                       | 22 |
| Gambar 2.29 Contoh Kemasan Berwarna Ungu .....                         | 22 |
| Gambar 2.30 Contoh Kemasan Berwarna Hijau .....                        | 23 |
| Gambar 2.31 Contoh Kemasan Berwarna Biru .....                         | 23 |
| Gambar 2.32 Contoh Kemasan yang Menggunakan Foto .....                 | 24 |
| Gambar 2.33 Contoh Kemasan yang Menggunakan Ilustrasi .....            | 25 |
| Gambar 2.34 Contoh Kemasan dengan Prinsip Penekanan .....              | 26 |
| Gambar 2.35 Contoh Kemasan dengan Prinsip Keseimbangan Simetris .....  | 26 |
| Gambar 2.36 Contoh Kemasan dengan Prinsip Keseimbangan Asimetris ..... | 27 |
| Gambar 2.37 Contoh Kemasan dengan Prinsip Ritme .....                  | 27 |
| Gambar 2.37 Contoh Kemasan dengan Prinsip Kesatuan .....               | 28 |
| Gambar 3.1 Contoh Kemasan dengan Prinsip Kesatuan .....                | 34 |
| Gambar 3.2 Produk-Produk Donabon .....                                 | 35 |
| Gambar 3.2 Instagram dan Kemasan Toko Donat Gulapadi .....             | 37 |
| Gambar 3.2 Instagram dan Kemasan Pluk Pluk Donuts .....                | 38 |



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.2 Instagram dan Kemasan Ketemu Donat.....          | 39 |
| Gambar 3.3 Matriks <i>Positioning</i> Donabon .....         | 41 |
| Gambar 4.1 Hasil <i>Mindmap</i> .....                       | 45 |
| Gambar 4.2 <i>Moodboard Surface</i> .....                   | 46 |
| Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Struktur.....                   | 46 |
| Gambar 4.5 Sketsa Struktur Alternatif I .....               | 48 |
| Gambar 4.5 Sketsa Struktur Alternatif II .....              | 48 |
| Gambar 4.6 Sketsa Awal.....                                 | 49 |
| Gambar 4.7 Sketsa <i>Surface</i> Alternatif I .....         | 50 |
| Gambar 4.8 Sketsa <i>Surface</i> Alternatif II .....        | 51 |
| Gambar 4.9 Sketsa <i>Surface</i> Alternatif III.....        | 52 |
| Gambar 4.10 Sketsa <i>Surface</i> Alternatif IV .....       | 53 |
| Gambar 4.11 Sketsa <i>Surface</i> Alternatif V.....         | 54 |
| Gambar 4.12 Desain Komprehensif 1.....                      | 55 |
| Gambar 4.13 Desain Komprehensif 2.....                      | 56 |
| Gambar 4.14 Desain Komprehensif 3.....                      | 57 |
| Gambar 4.15 Desain Terpilih.....                            | 58 |
| Gambar 4.16 Dummy Digital.....                              | 60 |
| Gambar 4.17 Dummy Cetak .....                               | 61 |
| Gambar 4.18 <i>Technical Drawing</i> .....                  | 63 |
| Gambar 4.19 <i>Final Artwork</i> .....                      | 64 |
| Gambar 4.20 Open Font Exmouth .....                         | 65 |
| Gambar 4.21 Open Font Garamond .....                        | 65 |
| Gambar 4.22 Penerapan Warna Kemasan Donabon.....            | 66 |
| Gambar 4.23 Aset Ilustrasi Kemasan.....                     | 67 |
| Gambar 4.24 Media Turunan <i>Handle</i> Opsional.....       | 68 |
| Gambar 4.25 Media Turunan <i>Handle Sleeve</i> Toples ..... | 68 |
| Gambar 4.26 Media Turunan <i>Tote Bag</i> .....             | 69 |
| Gambar 4.27 Media Turunan Kartu Ucapan.....                 | 69 |



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR TABEL**

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Daftar Harga Produk Donabon .....   | 34 |
| Tabel 3.2 Matriks SWOT .....                  | 42 |
| Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i> Donabon ..... | 43 |
| Tabel 4.1 Hasil <i>Testing</i> .....          | 61 |





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....                | 79  |
| Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Pemilik Donabon ..... | 81  |
| Lampiran 3 Hasil Survei melalui Kuesioner Google Form ..... | 84  |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara <i>Testing</i> Kemasan ..... | 90  |
| Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....                      | 105 |
| Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin .....                         | 108 |
| Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....                        | 109 |





Hak Cipta :

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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penjualan donat dan jajanan manis di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Berdasarkan statistik dari Kementerian Usaha Mikro Kecil, dan Menengah di tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai 30,18 juta unit. Dalam beberapa tahun terakhir, gerai penjual donat terus bertambah. Persaingan usaha semakin sengit karena bertambahnya kompetitor-kompetitor yang menjual produk yang sama. Selain itu, UMKM di bidang akomodasi, makanan dan minuman sudah mencapai 6,4 juta unit (Kementerian UMKM, 2024) termasuk penjualan dalam kategori donat dan *dessert*.

Dua tahun belakangan ini banyak *brand-brand* donat baru yang bermunculan seperti, Fore Donuts, OO Donut, dan Luna's Doughnuts. Dalam persaingan yang sengit ini, pentingnya untuk mempunyai ciri khas yang dapat membedakan sebuah *brand* dari kompetitor. Salah satu strategi yang bisa digunakan adalah dengan menonjolkan citra *brand*. Jika sebuah perusahaan memiliki citra *brand* yang kuat, konsumen akan mudah membedakan *brand* tersebut dari *brand* lain dan dapat menjadi konsumen loyal jika pembelian pertama memuaskan (Rizki, & Mulyanti, 2023).

Dalam mendapatkan loyalitas konsumen pentingnya meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan citra *branding* (Assajdah dkk., 2025). Salah satu media *branding* yang dapat digunakan adalah desain kemasan. Penting untuk produk-produk donat atau *dessert* memiliki kemasan yang dapat melindungi produk dengan baik. Kualitas kemasan juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap *branding*, konsumen akan menganggap produk lebih berkualitas jika desain kemasan terlihat lebih "premium" (Foster dkk., 2021). Oleh karena itu, desain kemasan yang mencerminkan citra *brand* dengan baik dapat mempertahankan pelanggan dan menarik calon konsumen khususnya pada *brand* dengan produk donat.

**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

Pada produk *bakery* dan *dessert*, kemasan juga berfungsi sebagai representasi gaya hidup yang ingin disampaikan *brand* (Barnes, 2017). Hal ini sangat relevan dengan produk yang sering dijadikan buah tangan, seperti donat. Ada penelitian yang membahas perancangan kemasan donat untuk meningkatkan *brand awareness* (Salsabilla & Retnoningsih, 2025) dan perancangan kemasan donat sebagai media promosi (Baiti dkk., 2020). Sementara itu, ada juga penelitian dari Varizki (2024), hanya melakukan analisis rancangan saja. Namun, sebagian besar penelitian mengenai desain kemasan masih berfokus pada aspek desain visual. Pembaruan dari penelitian ini adalah membahas kemasan donat sebagai media *branding* yang menggabungkan struktur kemasan, desain visual, dan *user experience*.

Donabon adalah *brand* UMKM makanan yang menjual donat dan kudapan lainnya. Donabon berawal dari bisnis *online* dan terus berkembang selama 5 tahun. Adapun *brand story* Donabon yaitu, “Donabon adalah *bake shop* yang menjual Donat klasik premium dan juga kudapan klasik lainnya. Donabon menyajikan nostalgia melalui rasa-rasa klasik/jadul yang mengingatkan konsumen ke jajanan masa kecil”. Saat ini, Donabon sudah mempunyai kemasan primer dan sekunder, kemasan primer Donabon berupa plastik *sachet* dengan stiker label *brand*. Berdasarkan pemilik usaha, struktur kemasan telah berfungsi dengan baik dalam proses *delivery*, tidak ada keluhan kerusakan produk selama *delivery*. Namun, citra *brand* Donabon masih belum direpresentasikan lewat kemasan sekundernya, sampai sekarang kotak kemasan yang Donabon gunakan hanya berupa kotak kardus polos dengan stiker logo *brand*. Ditambah, berdasarkan hasil survei yang dilakukan ke target konsumen Donabon, banyak konsumen Donabon pun juga merasa kalau kemasan Donabon masih belum merepresentasikan citra *brand* Donabon. Selain itu, Donabon sering mengikuti acara atau komunitas untuk UMKM lokal sekitar Garut, seperti Garut Creativepreneur Community. Pada tahun 2024, Donabon juga pernah diresmikan sebagai pojok digital kuliner bagi para pelaku usaha ultra mikro di Kabupaten Garut. Hal tersebut menunjukkan bahwa Donabon memiliki eksposur *brand* yang semakin luas. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini maka diperlukan perancangan ulang kemasan yang merepresentasikan *brand* Donabon sebagai media *branding*.



**Hak Cipta :**

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

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut poin-poin rumusan masalah yang dapat disimpulkan.

1. Bagaimana merancang kemasan yang merepresentasikan citra *brand* Donabon?
2. Bagaimana merancang kemasan yang mampu menjadi media *branding*?

## 1.3 Ruang Lingkup

Dalam penyusunan penelitian perancangan kemasan ini, ada batasan ruang lingkup pembahasan, yaitu sebagai berikut.

- a. Perancangan struktur dan *surface* kemasan box donat Donabon.
- b. Penerapan teori desain grafis dalam merancang kemasan yang merepresentasikan *brand* Donabon.
- c. Pengaplikasikan desain media utama ke media turunan.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

### a. Tujuan

Berikut adalah tujuan-tujuan dalam perancangan kemasan Donabon.

1. Merancang desain dan struktur kemasan box yang merepresentasikan citra *brand* Donabon, sehingga *brand story* Donabon dapat tersampaikan kepada konsumen.
2. Merancang kemasan yang mampu menjadi media *branding* yang efektif, sehingga kemasan tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan memperkuat citra *brand*.



**Hak Cipta :**

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

b. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Penelitian perancangan kemasan Donabon sebagai media *branding* memberikan kontribusi sebagai referensi dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan desain kemasan.

2. Manfaat Praktis

- a) Untuk klien, perancangan kemasan ini dapat menjadi solusi untuk merepresentasikan *branding* Donabon dan memperkuat citra *brand*.
- b) Untuk konsumen, perancangan ini memberikan nilai tambah dalam pengalaman pembelian dan desain kemasan menjadi lebih layak dalam dijadikan hadiah.
- c) Untuk keilmuan desain grafis, perancangan media *branding* ini dapat digunakan sebagai referensi atau studi kasus untuk penulisan perancangan terkait.

**1.5 Sistematika Penelitian**

Dalam penulisan laporan perancangan kemasan ini dibutuhkan sistematika penulisan untuk menjelaskan garis besar perancangan desain kemasan. Berikut penyusunan sistematika penulisan.

**BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang dari masalah klien, dari penjelasan fenomena, realita masyarakat, sampai fakta terkait tentang masalah klien. Ada juga pernyataan-pernyataan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung latar belakang perancangan kemasan *brand* Donabon sebagai media *branding*. Selain itu bab ini juga memuat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, dan tujuan dan manfaat dari perancangan kemasan.

**BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi kajian teori-teori terkait yang mendukung aspek-aspek dari perancangan yang dilakukan. Teori-teori bersumber dari artikel ilmiah 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

jurnal buku. Pembahasan meliputi teori makro seperti kemasan, desain kemasan, dan proses desain kemasan. Dari teori makro tersebut, dikerucutkan ke teori-teori mikro seperti branding pada kemasan, fungsi kemasan, jenis-jenis kemasan, struktur kemasan, elemen desain grafis, dan prinsip desain grafis. Teori yang sudah didapatkan akan menjadi fondasi perancangan kemasan.

### BAB 3 METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi metode perancangan yang digunakan untuk menguatkan proses dan hasil perancangan. Penjelasan dalam bab ini mencakup metode penelitian *design thinking*, serta teknik pengumpulan data dan metode analisis. Selain menjelaskan metode penelitian, bab ini juga mencakup data-data terkait *brand* klien yang rinci, termasuk profil usaha, visi dan misi, target audiens, *product knowledge*, kompetitor, dan *consumer insight*. Data-data tersebut kemudian diolah ke analisis SWOT yang lalu dijadikan arahan kreatif.

### BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan dari rancangan kemasan yang telah dilakukan. Pembahasan diawali dari penjelasan dan awal mula konsep visual, struktur kemasan, proses desain, hasil akhir desain (*Final Art Work*), dan penerapan desain yang digunakan.

### BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan selama proses perancangan kemasan, dan saran yang dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya terkait perancangan kemasan sebagai media *branding*.

**Hak Cipta :**

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan kemasan Donabon yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Perancangan ulang kemasan *brand* Donabon sebagai media *branding* dilakukan dengan tahapan *design thinking* yang meliputi *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Dari tahap *emphatize* didapatkan data profil klien, produk-produk yang dijual, kompetitor, dan *consumer insight*. Dalam tahap *define* diketahui bahwa masalah klien adalah diperlunya rancangan kemasan yang merepresentasikan *brand*. Tahap *ideate* dilakukan dengan pengembangan konsep visual berdasarkan dari *tone and manner* klasik, premium, dan kehangatan. Dari konsep tersebut, dihasilkan kemasan warna coklat dan krem, ilustrasi *hand drawn*, tipografi *script* dan *serif*, dan ornamen *art nouveau* pada *surface* kemasan. Sementara itu, struktur kemasan berbentuk setengah lingkaran dengan kunciian *slit lock*. Tahap *prototype* menghasilkan *dummy* cetak dan digital kemasan. Dalam tahap *test*, ada perubahan dalam struktur kemasan dan penambahan *handle* opsional. Dari tahap-tahap tersebut, dihasilkan kemasan yang merepresentasikan *brand* Donabon dan melindungi produk dengan baik. Sehingga, citra *brand* Donabon tersampaikan melalui kombinasi desain *surface* dan struktur kemasan.
2. Perancangan kemasan sebagai media *branding* dilakukan dengan penerapan konsep visual yang konsisten pada kemasan utama dan setiap media pendukung. Konsistensi tersebut diterapkan dengan penggunaan ilustrasi, tipografi, warna, dan ornamen yang sama pada media turunan seperti *handle* opsional, *handle sleeve* toples, *tote bag*, dan kartu ucapan. Hal ini menghasilkan kesatuan dalam identitas Donabon. Dengan konsistensi



**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

tersebut, kemasan tidak hanya untuk melindungi produk tetapi juga menjadi media *branding*.

**5.2 Saran**

Berdasarkan dari hasil perancangan kemasan Donabon yang telah dilakukan, didapatkan saran sebagai berikut.

1. Untuk Donabon, disarankan untuk menerapkan hasil perancangan kemasan dan media pendukungnya secara konsisten agar *branding* Donabon selalu tersampaikan kepada konsumen. Selain itu, elemen visual yang telah dirancang dapat dikembangkan ke media *branding* lain seperti media sosial dan media promosi.

Untuk perancangan atau penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan perancangan ini dengan menguji efektivitas kemasan dalam konteks pemasaran. Seperti, apakah media *branding* yang sudah dirancang efektif dalam meningkatkan *brand awareness*, keputusan pembelian, atau loyalitas konsumen.

**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

## DAFTAR REFERENSI

- Adi, G. B. (2017). Dampak penggunaan warna panas dalam upaya *branding* suatu produk. *PRODUCTUM Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(2), 58. <https://doi.org/10.24821/productum.v3i2.1623>
- Alexander, J., Pangestu, D. R., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan genetic neural network dalam pemilihan color palette untuk desain skema warna. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 284–297. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.271.284-297>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa aplikasi UniBook menggunakan metode pendekatan design thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*. <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/download/8457/7185>
- Assajdah, K. A., Suryani, I., Vandhira, V., Anisa, S. N., Salsabila, N. D., & Sopingi, I. (2025). *Branding* Siomay Ngegas: Sebuah inovasi kepercayaan konsumen pada Siomay Ayam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4), 184–192. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i4.1124>
- Baiti, F. A. N., Lukitasari, E. H., & Yulianto, A. (2020). *Perancangan Packaging Sebagai Media Promosi Donat Madu Cihanjuran Solo* (Skripsi sarjana, Universitas Sahid Surakarta). Repository Universitas Sahid Surakarta. <https://repository.usahidsolo.ac.id/80/>
- Barnes, A. (2017). Telling stories: The role of graphic design and *branding* in the creation of ‘authenticity’ within food packaging. *International Journal of Food Design*, 2(2), 183–202. [https://doi.org/10.1386/ijfd.2.2.183\\_1](https://doi.org/10.1386/ijfd.2.2.183_1)
- Bobeico, A. (2024). *Typography in design. Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master and PhD Students, Technical University of Moldova (Vol. 4, hlm. 2321–2326). Universitatea Tehnică a Moldovei*. <https://repository.utm.md/handle/5014/28433>
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). Pengaruh komunikasi visual desain grafis buku Mizan terhadap minat baca anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.1.53-67>
- Chitturi, R., Londoño, J. C., & Henriquez, M. C. (2021). Visual design elements of product packaging: Implications for consumers’ emotions, perceptions of



**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

quality, and price. *Color Research & Application*, 47(3), 729–744. <https://doi.org/10.1002/col.22761>

Favier, M., Celhay, F., & Pantin-Sohier, G. (2018). Is less more or a bore? Package design simplicity and *brand* perception: An application to Champagne. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.09.013>

Feng, Y. (2022). Application and Value of Hand-painted Illustration in Food Packaging Design. *BCP Social Sciences & Humanities*, 15, 77–81. <https://doi.org/10.54691/bcpssh.v15i.365>

Foster, N. B., Reyta, N. F., Johansyah, N. M. D., Nadeak, N. B., & Sormin, N. E. (2021). Peranan desain kemasan dan *branding* dalam peningkatan citra merek produk usaha unggulan Bandung Selatan. *Jurnal Comunità Servizio*, 3(1), 518–525. <https://doi.org/10.33541/cs.v3i1.2898>

Fitriani, R., & Nugraha, A. T. (2024). Analisis pengaruh material kemasan, tampilan kemasan, bentuk kemasan, dan informasi pada kemasan terhadap minat beli makanan khas Lampung keripik pisang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 12(1), 33–40. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v12i1.29047>

Gao, C., & Wang, Y. (2019). Practice and application of illustration in packaging design education. *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*. <https://doi.org/10.12783/dtssehs/icesd2019/29872>

Ghaani, M., Cozzolino, C. A., Castelli, G., & Farris, S. (2016). An overview of the intelligent packaging technologies in the food sector. *Trends in Food Science & Technology*, 51, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2016.02.008>

Gita Srihidayati. (2023). Perancangan logo dan desain kemasan keripik pisang Tanduk Arjuna di Kota Palopo: Logo and packaging design of Arjuna Horn Banana Chips in Palopo City. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 11(1), 74–82. <https://doi.org/10.30605/perbal.v11i1.2291>

Günay, M. (2024). The impact of typography in graphic design. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 57. <https://doi.org/10.35826/ijoess.4519>

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>



**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

- Hallez, L., Vansteenbeeck, H., Boen, F., & Smits, T. (2022). Persuasive packaging? The impact of packaging color and claims on young consumers' perceptions of product healthiness, sustainability and tastiness. *Appetite*, 182, 106433. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106433>
- Hariono, R. F., & Zaini, I. (2017). Pengembangan desain kemasan sekunder parfum merk Griya Parfumes Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 5(1), 128–135. Jurnal Pendidikan Seni Rupa (UNESA).
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna dan prinsip desain user interface (UI) dalam aplikasi seluler “BUKALOKA.” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 5(1), 105–119. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>
- He, X. F., & Lv, X. G. (2021). From the color composition to the color psychology: Soft drink packaging in warm colors, and spirits packaging in dark colors. *Color Research & Application*, 47(3), 758–770. <https://doi.org/10.1002/col.22748>
- Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia. (2024). *Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://satudata.umkm.go.id/>
- Koenderink, J. J., Van Doorn, A. J., & Braun, D. I. (2024). “Warm,” “cool,” and the colors. *Journal of Vision*, 24(7), 5. <https://doi.org/10.1167/jov.24.7.5>
- Kovač, A., Kovačević, D., Bota, J., Brozović, M., & University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts, Zagreb, Croatia. (2019). Consumers' preferences for visual elements on chocolate packaging. *Journal of Graphic Engineering and Design*, 10(1), 13–18. <https://doi.org/10.24867/JGED-2019-1-013>
- Krishna, A., Cian, L., & Aydınoglu, N. Z. (2017). Sensory aspects of package design. *Journal of Retailing*, 93(1), 43–54. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.002>
- Kuswanto, H. (2017). Analisis prinsip layout and composition pada web design perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk dan PT FIF Group berdasarkan buku *The Principles of Beautiful Website Design (2nd ed.)* by Jason Beaird. *Elinvo*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i1.14488>
- Maghraby, T., Elhag, A., Romeh, R., Elhawary, D., & Hassabo, A. (2024). The psychology of color and its effect on branding. *Journal of Textiles, Coloration and Polymer Science*, 0(0), 0–0. <https://doi.org/10.21608/jtcps.2024.259014.1270>



**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

- Muhammad Rizki, & Dety Mulyanti. (2023). Pentingnya strategi pemasaran melalui penguatan citra merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 240–245. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.680>
- Nguyen, M. (2020). *Creating visual identity and brand guidelines to achieve consistency in brand experience – Case Kokonat*. (Bachelor's thesis, Haaga-Helia University of Applied Sciences). Theseus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020051812145>
- Nosál'ová, M., Loučanová, E., & Parobek, J. (2018). Perception of packaging functions and the interest in intelligent and active packaging. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej / Problems of Agricultural Economics*, 357(4), 141–152. <https://doi.org/10.30858/zer/100715>
- Oksala, T., Orel, T., Mutanen, A., Friman, M., Lamberg, J., & Hintsa, M. (2022). *Craft, technology and design*. Häme University of Applied Sciences.
- Oladumiye, E. B. (2018). Graphic design theory research and application in packaging technology. *Art and Design Review*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.4236/adr.2018.61003>
- Prameswari, N. S. (2018). Strategi *branding* melalui inovasi desain kemasan bagi home industry sabun cair. *Demandia*, 3(02), 179. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Rizky Postha, A. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2, 174–180. Retrieved from <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/sniv/article/view/429>
- Rachmadita Dwi Pramesti, Susilawati, Gabriela Oktavia Siregar, & Regi Jusnia Ramli. (2024). Perancangan struktur kemasan makanan akar kelapa: Design of packaging structure for coconut root food. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 20(2), 257–270. <https://doi.org/10.25105/dim.v20i2.15341>
- Richardson, J. T. E. (2022). *The Legibility of Serif and Sans Serif Typefaces: Reading from Paper and Reading from Screens*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-90984-0>
- 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>



**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

- Saputra, R. H., & Kesuma, M. E.-K. (2025). *Teori desain grafis*. PT Mifandi Mandiri Digital.
- S. Thabrany, S., Dwi Pramesti, R., Dyah Kusumaasri, R., Halimah, M., Rahmawati, S., & Sujud Pranyoto, Y. (2023). Perancangan desain kemasan makanan yang representatif dan fungsional bagi pengguna. *Jurnal Poli-Teknologi*, 22(2), 39–46. <https://doi.org/10.32722/pt.v22i2.5636>
- Salsabilla, N. F., & Retnoningsih, S. (2025). Primary packaging design development for Donutsmue as a means to increase brand awareness. *Journal of Arts Education and Design*, 2(1), 35–47. <https://doi.org/10.62330/artsedes.v2i1.302>
- Schifferstein, H. N., Lemke, M., & De Boer, A. (2021). An exploratory study using graphic design to communicate consumer benefits on food packaging. *Food Quality and Preference*, 97, 104458. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104458>
- Shukla, P., Singh, J., & Wang, W. (2022). The influence of creative packaging design on customer motivation to process and purchase decisions. *Journal of Business Research*, 147, 338–347. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.026>
- Soedewi, S. (2022). Penerapan metode design thinking pada perancangan website UMKM Kirihiuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Ulita, N. (2019). Tinjauan warna pada visual branding warung kopi lokal. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 4(2), 205–223. <https://doi.org/10.25105/jdd.v4i2.5895>
- Varizki, Jhody (2024) *Perancangan Kemasan Pada Produk Makanan "Donat Kentang Koe"*. (Skripsi sarjana, Universitas Mercu Buana). Repository Universitas Mercu Buana. <https://repository.mercubuana.ac.id/90965/>
- Yildirim, S., Röcker, B., Pettersen, M. K., Nilsen-Nygaard, J., Ayhan, Z., Rutkaite, R., Radusin, T., Suminska, P., Marcos, B., & Coma, V. (2017). Active packaging applications for food. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 17(1), 165–199. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12322>
- Yudiarti, D., Prabawa, B., Swasty, W., & Salsabila, S. A. (2024). Pemetaan desain kemasan produk UMKM makanan: Analisis visual di toko oleh-oleh Bandung berdasarkan jenis, bentuk, material, dan teknik cetak. *Visualita*:



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

*Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 12(2), 213–227.  
<https://doi.org/10.34010/visualita.v12i2.11258>



### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

| Ao Name         | Tahap Penelitian     | Materi yang dibahas | Status      | Tanggal Bimbingan  | Catatan Pembimbing                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------|----------------------|---------------------|-------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bim ke-1        | Bab 1<br>Pendahuluan | Latar Belakang      | Not started | September 23, 2025 | Kuesioner -> ke target audience<br>Revisi judul : perancangan ulang, untuk merepresentasikan<br>Konfirmasi ke klien soal citra brand<br>Peserta/image yang ingin disampaikan melalui brand?<br>wawancara/kuesioner ke target konsumen<br>konsumen soal citra brand sudah merepresentasikan brand belum (minimal 15 orang) |
| Bimbingan ke-2  |                      |                     |             | October 1, 2025    | Latarbelakang<br>- tambahkan contoh brand donat lain<br>- jelaskan citra brand donabon<br>- persepsi lagi menjadi kategori dessert<br>Rumusan Masalah<br>- tambahkan paragraf bridging                                                                                                                                    |
| Bimbingan ke-3  |                      |                     |             | October 10, 2025   | Sistematika penulisan<br>- tambahkan untuk bab 4 dan 5<br>Bab 2<br>- tambahkan subbab branding                                                                                                                                                                                                                            |
| Bimbingan ke-4  |                      |                     |             | October 25, 2025   | - tambahkan persepsi warna lain selain coklat dan putih sesuai yang ada di skema warna"<br>- maskot tidak perlu ada poinnya<br>- struktur kemasan poin di sebelum desain grafis kemasan<br>- ruang lingkup media turunan general saja                                                                                     |
| Bimbingan ke-5  |                      |                     |             | November 1, 2025   | - revisi penjelasan ruang lingkup dan tujuan<br>- lanjut ke bab 3                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Bimbingan ke-6  |                      |                     |             | November 7, 2025   | -revisi teknik pengumpulan data wawancara ditambahkan tahap testing<br>- revisi isi paragraf metode penelitian menjadi penjelasan poin-poin 3.1.1 sampai 3.1.3<br>- tambahkan paragraf branding di bab 2                                                                                                                  |
| Bimbingan ke-7  |                      |                     |             | November 14, 2025  | Data yang didapatkan di bab 3 nanti fokus ke klien karena sangat terkait dengan brand.                                                                                                                                                                                                                                    |
| Bimbingan ke-8  |                      |                     |             | December 8, 2025   | - sub bab branding di bab 2 dihapus<br>- poin kedua opportunity ditambahkan ke salah satu strategi<br>- poin ketiga threat ditambahkan ke salah satu strategi<br>- ubah identitas visual menjadi identitas branding di poin kedua weakness opportunity                                                                    |
| Bimbingan ke-9  |                      |                     |             | February 20, 2026  | - tambahkan sitasi state of the art (minimal 3)<br>- revisi bab 3 bagian metode penelitian<br>- mindmap lebih spesifik ke elemen desain                                                                                                                                                                                   |
| Bimbingan ke-10 |                      |                     |             | February 27, 2026  | - tambahkan kalimat akhir di state of art yg menjelaskan kebaruan penelitian<br>- jelaskan penggunaan analisis swot dalam tahap define                                                                                                                                                                                    |
| Bimbingan ke-11 |                      |                     |             | March 6, 2026      | - melanjutkan ke sketsa surface<br>- revisi sketsa struktur                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Bimbingan ke-12 |                      |                     |             | March 13, 2026     | - melanjutkan ke digitalisasi sketsa                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Bimbingan ke-13 |                      |                     |             | April 3, 2026      | - melanjutkan ke digitalisasi sketsa                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Bimbingan ke-14 |                      |                     |             | April 8, 2026      | - revisi digitalisasi sketsa                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Bimbingan ke-15 |                      |                     |             | April 25, 2026     | - lanjut ke pembuatan mockup alternatif                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Bimbingan ke-16 |                      |                     |             | May 25, 2026       | - lanjut ke pembuatan mockup alternatif                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Bimbingan ke-17 |                      |                     |             | May 29, 2026       | - memilih desain terpilih<br>- revisi kunci struktur                                                                                                                                                                                                                                                                      |



## © 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

|                 |  |  |               |                                                               |
|-----------------|--|--|---------------|---------------------------------------------------------------|
| Bimbingan ke-18 |  |  | June 8, 2026  | - acc mockup untuk testing<br>- melanjutkan ke proses testing |
| Bimbingan ke-19 |  |  | June 20, 2026 | - revisi struktur dari hasil testing                          |
| Bimbingan ke-20 |  |  | June 30, 2026 | - revisi kunci struktur mockup<br>- revisi bab 4              |
| Bimbingan ke-21 |  |  | July 1, 2026  | - revisi kesimpulan                                           |
| Bimbingan ke-22 |  |  | July 2, 2026  | - revisi kesimpulan<br>- revisi bab 4                         |





**Hak Cipta :**

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Pemilik Donabon  
**Transkrip Wawancara dengan Pemilik Usaha 25 November 2025 pada**  
**Tahap *Emphatize***

**J: Julie**

**S: Sri**

**J: Menurut Ibu, apa yang membuat Donabon berbeda dari usaha lain?**

**S:** Donabon itu brand positioningnya di donat favorit keluarga. Jadi yang berbeda adalah donatnya kita konsepkan lebih ke klasik, sehingga bisa jadi selera seluruh keluarga. Engga banyak topping yang kayak sekarang, gaya-gayaan gitu. Jadi memang dari rasa pun kualitasnya juga dipastikan terjamin. Sehingga ya memang bisa jadi andalan gitu. Jadi ini tuh konsepnya bisa jadi oleh-oleh, buah tangan, dan makanan keluarga. Jadi brand positioning kita adalah donat favorit keluarga. Kelebihannya adalah ya itu, pengennya sih didukung sama kemasannya. Karena, kelebihannya Donabon bisa dikemas dengan rapih dan bisa dikirim keluar kota. Gitu, itu bedanya.

**J: Gambaran dari pelanggan utama Donabon itu siapa ya bu?**

**S:** Pelanggan utama kita, kalo dari konsumen personanya ya, itu adalah perempuan usia 20-60 tahun, dengan aktivitas sosial yang tinggi dan mempunyai kebiasaan untuk ber kirim makanan atau membawa makanan comfort food untuk keluarga. Dari kelas kalau ekonomi itu, kelas ekonomi menengah keatas.

**J : Bagaimana jawaban Ibu kalau menjelaskan apa yang dilakukan Donabon kepada pelanggan?**

**S:** Yang kami jelaskan dari awal berdiri itu kan banyak sekali yang bilang “Kok bisa sih tahan dari 3 hari? Pasti pakai bahan aneh-aneh” “Kok bisa sih harganya kemahalan?” gitu untuk donat yang menurut mereka belum terkenal. Secara kami menjelaskan adalah bahwa donat ini kami buat dengan bahan-bahan pilihan yang memang menjadikan kualitas donat ini sangat baik dan bisa tahan sampai 3 hari dengan kualitas yang tidak berubah. Lalu kami jelaskan juga bahwa donat ini memang dibuat tanpa pengawet dan tanpa bahan pangan buatan lainnya.



## © 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

**J: Apa perasaan atau pengalaman yang ingin Ibu berikan kepada pelanggan saat mereka memikirkan Donabon?**

S: Pokoknya kalo ngumpul-ngumpul keluarga gitu ada acara keluarga, acara kantor, itu udah ingetnya Donabon tuh cocok. Karena donabon tuh bisa dinikmati semua orang, saya tuh maunya gitu.

**J: Apa ada warna, gaya, atau simbol tertentu yang mewakili bisnis Donabon?**

S: Karena ini lebih ke klasik tuh, Donabon nuansanya putih dan coklat atau krem. Jadi memang tidak ada warna yang genjreng menonjol warna-warnanya. Ya sekitar putih boleh, ada ornamen hitam sedikit boleh, lebih ke coklat aja sih, coklat putih krem jadi yang klasik tapi elegan.

**J: Bagaimana karakteristik gaya hidup atau aktivitas sosial dari pelanggan Donabon?**

S: ya, karakternya kan memang sering ini tuh digunakan untuk berkirim ya. Kebanyakan untuk berkirim dan oleh-oleh memang memerlukan kemasan yang sangat menarik. Yang bisa membuat produknya untuk dibawa kemanapun dan tentunya memudahkan untuk dibawa.

**J: Apakah pelanggan Donabon pelanggan yang rutin membeli atau suka mencoba produk-produk baru?**

S: Iya, kebanyakan iya, kalau saya perhatikan iya, tentunya iya. Suka seperti pada umumnya mencoba produk baru. Produk yang sedang viral seperti itu. Tetapi karena mereka sudah loyal konsumen jadi tidak berkurang lah ketertarikannya kepada Donabon. Tapi diluar itu meskipun mereka loyal konsumen tentu seperti pada umumnya di jaman sekarang ini, pasti selalu mencoba juga produk yang lain sehingga sangat mungkin sekali jika konsumen itu membandingkan produk kami dengan produk yang lain.

**J: Usaha-usaha apa yang menjadi kompetitor untuk Donabon?**

S: Kompetitor tuh kan banyak ya, kompetitor kalau di garut sendiri ada J.co ada beberapa donat lokal juga. Cuma memang kita mencoba cari celah, ini kan termasuknya komoditi ya kalau donat. Kita mencoba cari celah disitu dengan positioningnya yaitu donat klasik kalau di luar kota lebih banyak lagi. Kalau skala nasionalnya donat bahagia, ya brand-brand besar lah. Kalau donat klasik belum ada



## © 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

sebenarnya. Jadi memang kita mengambil positioning disitu karena belum ada brand yang menonjol dari donat klasik.

**J: Citra apa yang ingin disampaikan oleh brand Donabon?**

S: Kita maunya klasik, kekeluargaan, elegan, berkualitas.

**J: Kekuatan dan kekurangan dari brand dan produk apa ya Bu?**

S: Kekuatan kalo dari brand sendiri kita sudah punya hak cipta merek. Juga ini di satu komoditas yang sama juga belum ada brand yang menonjol satu brand yang muncul dengan konsep donat klasik gitu belum ada. Kalo kelemahannya karena ini produk komoditas tentu kompetitornya sangat banyak sekali dari beragam range harga juga saingannya sangat banyak. Mungkin kita untuk saat ini kapasitas produksinya masih terbatas dibanding donat-donat yang lain karena kan memang masih rumahan ya.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

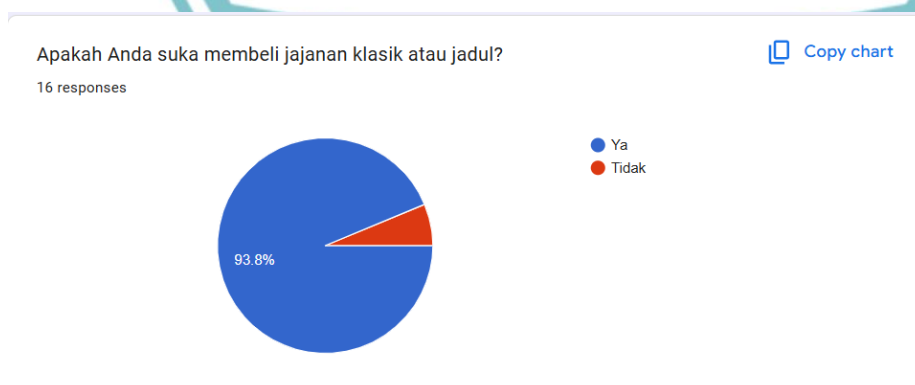
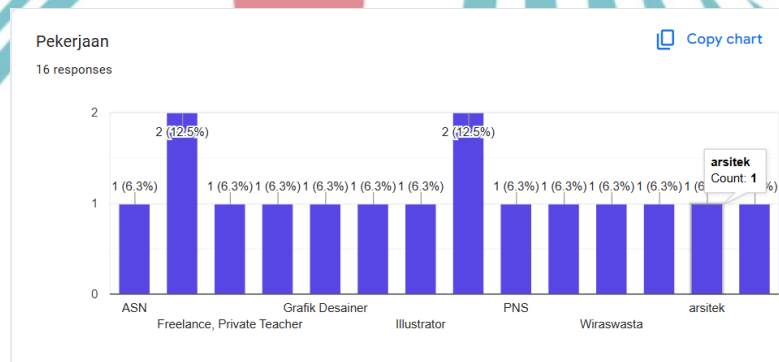
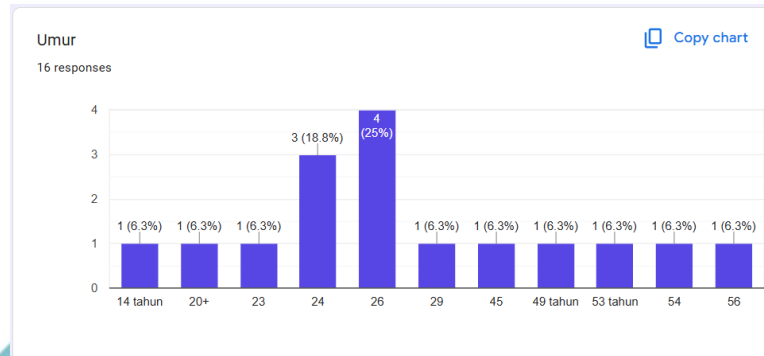


### Hak Cipta :

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

## Lampiran 3 Hasil Survei melalui Kuesioner Google Form

### Hasil Survei Kemasan Awal Donabon pada Tahap *Emphasize*





## © 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

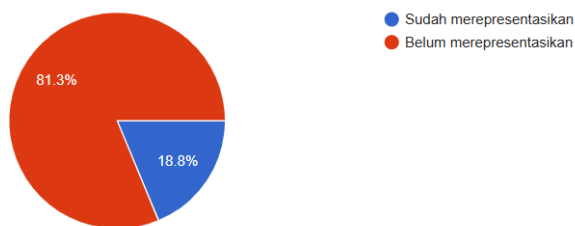
Donabon adalah bakeshop yang menjual Donat klasik premium dan juga kudapan klasik lainnya. Saat ini bisnis Donabon terus berkembang. Donabon memerlukan kemasan baru untuk meningkat nilai jual dan menambah kepercayaan konsumen. Berikut adalah brand story Donabon.

Copy chart

"Donabon adalah bakeshop yang menjual Donat klasik premium dan juga kudapan klasik lainnya. Donabon menyajikan nostalgia melalui rasa-rasa klasik/jadul yang mengingatkan konsumen ke jajanan masa kecil."

Dari brand story diatas, apakah kemasan Donabon yang sekarang sudah merepresentasikan brand story Donabon?

16 responses



Tolong berikan alasan singkat atas jawaban Anda

16 responses

Packaging terlalu modern untuk merepresentasikan khas jadul

Karena kemasannya tidak jauh berbeda dengan kemasan yang sudah ada, tidak ada ciri khas yang menggambarkan kenangan akan jajanan saat kecil dulu

masih terlalu default sehingga sebagian besar donat shop psti memiliki packaging seperti itu

Belum informatif

Masih terlalu generik, perlu sesuatu yang unik agar brandnya mudah dikenali

Kemasan Donabon sudah sesuai dengan temanya yang klasik

Kasanya kurang menarik

Saran saja mungkin supaya lebih terlihat mempresentasikan, mungkin kemasannya bisa di ganti dengan anyaman bambu/besek jadi kesan jadulnya berasa



## © 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

Tolong berikan alasan singkat atas jawaban Anda

16 responses

Belum

Kemasan terlalu keren untuk jajanan jadul

masih belum ada ciri khas dari brandingnya, kalo dilihat hanya sticker yg jadi branding, bisa di elaborasi jadi visual branding misalnya ada ilustrasi/pattern/color palette yg jd ciri khas

Kemasan terlihat simple dan elegan namun tetap mempertahankan unsur klasik dari bentuk dan pilihan warna

Secara konsep sudah bagus, namun kemasannya terlalu general. Seharusnya dari kemasan bisa menggambarkan identitas dari brand. Sekali orang melihat packaging itu, idealnya bisa langsung tahu isinya; atau brand yang dimaksud.

Menurut aku kurang merepresentasikan kesan "jadul"nya, mungkin bisa diganti pakai anyaman bambu ala ala telur asin tp dalemnya dialasin kertas makan, jd unik dan menarik atau pakai motif batik di kemasan

Suka snack jadul, salah satunya donat jadul seperti Donabon

Menurut saya kemasan tersebut merupakan kemasan yang sudah umum digunakan, karena sudah sering saya melihat kemasan tersebut untuk makanan lainnya. Belum terlihat ciri 'khas' yang mempresentasikan produk brand itu sendiri

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

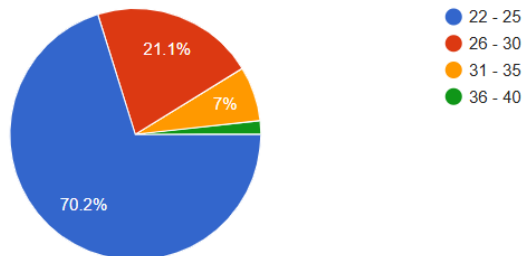
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

### Hasil Kuesioner untuk Consumer Insight pada tahap *Emphasize*

Usia

57 responses

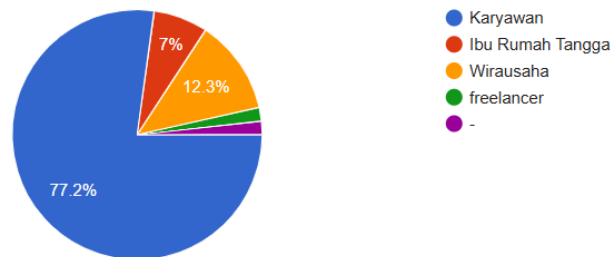
Copy chart



Pekerjaan

57 responses

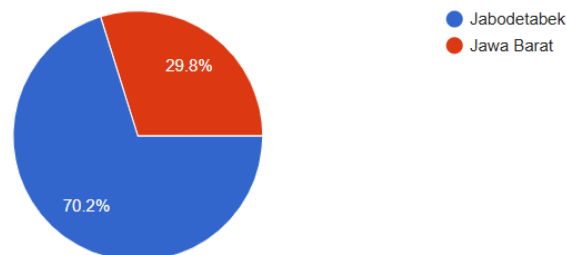
Copy chart



Domisili

57 responses

Copy chart





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

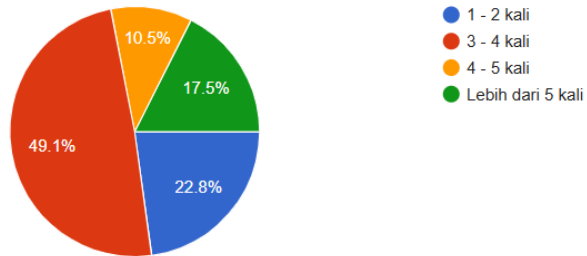
### Hak Cipta :

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

Seberapa sering Anda membeli produk jajanan *dessert* dalam 1 bulan?

57 responses

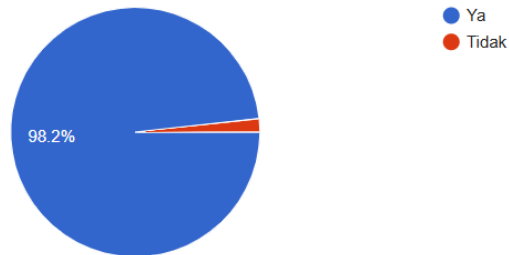
[Copy chart](#)



Apakah Anda suka membeli produk jajanan *dessert* untuk keluarga/teman?

57 responses

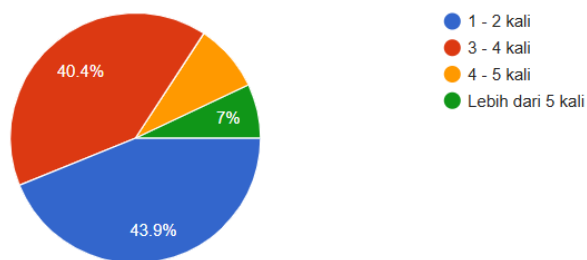
[Copy chart](#)



Jika iya, seberapa sering Anda membeli produk jajanan *dessert* untuk keluarga/teman dalam 1 bulan?

57 responses

[Copy chart](#)





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

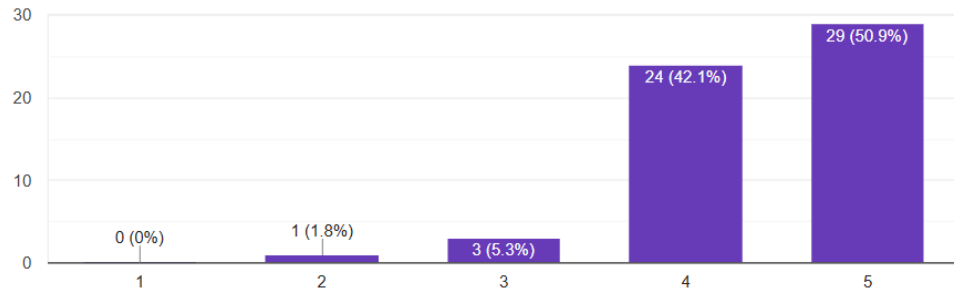
### Hak Cipta :

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

Seberapa pengaruh tampilan kemasan mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih produk *dessert*?

[Copy chart](#)

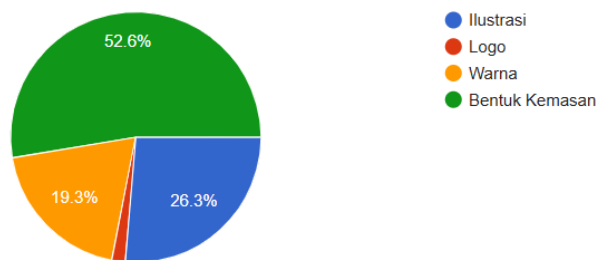
57 responses



Elemen visual apa yang paling Anda perhatikan dalam kemasan *dessert*?

[Copy chart](#)

57 responses



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

Lampiran 4 Transkrip Wawancara *Testing* Kemasan

**Transkrip Wawancara *Testing* Kemasan Donabon**

Narasumber 1: Raissa, 22 Tahun, Guru

Penulis: Menurut lo kemasannya gampang dibuka ga?

Narasumber 1: iya gampang kok, tapi kayak langsung kebuka semua gitu ya

Penulis: Hm, oke, kalo ditutup gimana?

Narasumber 1: Agak susah jujur

Penulis: ahh okee, kalo misanya mau ngambil produk menurut lo gampang ga?

Narasumber 1: iyaa gampang

Penulis: okee, coba kalo pas ditutup lagi enak ga buat digenggam?

Narasumber 1: iyaa nyaman sih

Penulis: oke deh, kalo dibawa bawa gimana?

Narasumber 1: susah ga ada handle soalnya, sama ini bentuknya bulet gitu jadi kayak licin di tangan

Penulis: ohh paham, kalo didisplay enak ga?

Narasumber 1: iya enak sih, gambarnya bagus juga soalnya

Penulis: jadi kan dari desain ini gue mau ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut lo keliatan ga dari desainnya?

Narasumber 1: udah menurut gue

Penulis: nah, satu lagi, kan klien gw ini jual jajanan jadul klasik tapi premium sama mau ngasih kesan nostalgia gitu, dari desainnya udah keliatan belum menurut lu?

Narasumber 1: kalo dari klasik sama premiumnya sih udah tapi nostalgia belum dapet menurut gue

Penulis: ohh okee, aside dari itu lo ada masukan lain ga?

Narasumber 1: palingan yang handle itu tadi sama menurut gue kemasannya kurang sturdy

Penulis: hmm, okee, ini terakhir, yang lo suka dari kemasannya apa?



## © 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

Narasumber 1: gue suka banget warnanya bener-bener keliatan angetnya, sama gambar-gambarnya sih menurut gw interesting banget.

Narasumber 2: Azka, 22, Production Assistant

Penulis: Jadi, ini kemasannya lo bisa coba buka dulu menurut lo gampang ga?

Narasumber 2: iya gampang sih

Penulis: coba tutup lagi deh, gimana?

Narasumber 2: eh, susah ini gimana ya

Penulis: oke wait coba buka lagi aja, kalo buat ngambil produknya gimana?

Narasumber 2: iya gampang bisa kok

Penulis: oke, coba sini gue tutup dulu, kalo begini pas digenggam nyaman ga?

Narasumber 2: iyaa nyaman bentuknya bulet soalnya

Penulis: kalo dibawa-bawa?

Narasumber 2: enak-enak aja sih soalnya bentuknya ga yang lebar

Penulis: coba kalo taro di meja jadi display gitu gimana?

Narasumber 2: iya nyaman aja

Penulis: kalo desainnya gimana menurut lo visualnya?

Narasumber 2: visualnya interesting banget sih menurut gue kayak toples-toples vintage gitu

Penulis: kan dari desainnya gue mau ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut lo udah dapet belum?

Narasumber 2: iyaa udah dapet sih semuanya menurut gue keliatan banget

Penulis: Terus kalau buat branding kliennya sendiri, kan mereka jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium. Menurut lo desain ini udah merepresentasikan branding mereka belum?

Narasumber 2: Udah sih, overall menurut gue udah cukup represent

Penulis: Oke oke, lo ada feedback atau saran lain nggak?

Narasumber 2: Overall udah bagus sih, cuma menurut gue elemen bunga sama gandumnya oke, tapi unorigial, kayak banyak banget yg make. Terus ukiran



## © 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

klasiknya udah dapet banget. Sama warnanya mungkin bisa ditambah lagi jadi nggak cuma dua warna

Penulis: Noted, terakhir nih, yang paling lo suka dari kemasan ini apa?

Narasumber 2: Visualnya sih, soalnya langsung narik perhatian, terus kesan vintage-nya juga dapet banget.

Narasumber 3: Nani, 38, Wirausaha

Penulis: Bu, menurut Ibu kemasannya gampang dibuka nggak?

Narasumber: Iya, gampang dibuka kok

Penulis: Oke. Kalau buat nutupnya lagi gimana, Bu?

Narasumber: Nah, kalau ditutup lagi agak susah sih

Penulis: Ohh, baik Bu. Terus kalau menurut Ibu, buat ngeluarin produknya gampang ga bu?

Narasumber: Menurut saya masih kurang praktis

Penulis: Kalau pas digenggam gimana, Bu? Nyaman nggak?

Narasumber: Iya, nyaman kok digenggam

Penulis: Terus kalau dibawa-bawa gimana menurut Ibu?

Narasumber: Kalau buat dibawa masih kurang ya. Menurut saya akan lebih enak kalau ditambah handle.

Penulis: Oke, Bu. Kalau dari visual kemasannya sendiri, menurut Ibu gimana?

Narasumber: Bagus sih, visualnya menarik

Penulis: Nah, kan desain ini pengen ngasih kesan klasik, premium, sama hangat. Menurut Ibu kesan itu udah kelihatan belum?

Narasumber: Iya, menurut saya udah kelihatan kok. Kesan klasiknya juga dapet

Penulis: Kalau untuk branding-nya sendiri gimana? Jadi klien saya jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium. Menurut Ibu udah mencerminkan identitas brand-nya belum?

Narasumber: Iya, menurut saya udah tercerminkan

Penulis: Ada masukan lain nggak, Bu, buat kemasan ini?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Narasumber: Mungkin pas kemasannya dibuka jangan langsung kebuka semua ya. Bisa lem yang bagian sini biar lebih praktis. Terus kalau ada handle juga bakal lebih enak buat dibawa

Penulis: Oke, Bu. Terakhir nih, yang paling Ibu suka dari kemasan ini apa?

Narasumber: Yang paling saya suka desain visualnya sih. Menurut saya udah bagus dan enak dilihat

Narasumber 4: Rani, 24, PNS

Penulis: Kak, menurut Kakak kemasannya gampang dibuka nggak?

Narasumber: Iya, gampang kok dibukanya

Penulis: Oke. Kalau pas ditutup lagi gimana?

Narasumber: Gampang juga sih, nggak susah nutupnya

Penulis: Kalau buat ngambil produknya sendiri gimana, Kak? Nyaman nggak?

Narasumber: Hmm... menurut aku bukaan kemasannya agak kurang lebar ya, jadi pas ngambil donatnya agak susah

Penulis: Ooh, oke. Terus kalau pas digenggam gimana?

Narasumber: Nyaman sih digenggam.

Penulis: Nah, kalau buat dibawa-bawa gimana menurut Kakak?

Narasumber: Menurut aku sih lebih enak kalo bisa ditenteng

Penulis: Oke. Kalau misalnya dipajang , menurut Kakak gimana?

Narasumber: Iya, enak kok buat didisplay

Penulis: Kalau dari visual kemasannya sendiri, first impression Kakak apa?

Narasumber: Menarik sih, terus unik juga

Penulis: Kan dari desain ini aku pengen kasih kesan klasik, premium, sama hangat. Menurut Kakak udah kerasa belum?

Narasumber: Udah kok, udah kelihatan kesan klasik, premium, sama hangatnya apalagi dari warna-warnanya

Penulis: Nah, kan klien aku jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, terus kalau dari sisi branding, menurut Kakak dari desain kemasannya udah kelihatan belum branding mereka?



## © 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

Narasumber: Menurut aku udah

Penulis: Oke, noted. Terakhir nih, yang paling Kakak suka dari kemasan ini apa?

Narasumber: Aku suka desain sama bentuk kemasannya. Jadi keliatan unik, terus brandingnya juga mencolok jadi gampang dikenalin

Narasumber 5: Arum, 22, Karyawan

Penulis: Kak, aku mau nanya sedikit soal kemasannya. Menurut Kakak, waktu pertama buka itu gimana?

Narasumber: Oh, itu gampang sih dibukanya. Terus bagian sampingnya juga enak, bisa dilepas. Ditutup lagi juga nggak ribet

Penulis: Oke Kak. Kalau misalnya untuk ambil produknya sendiri, itu gampang nggak?

Narasumber: Gampang kok, produknya juga gampang dikeluarin.

Penulis: Terus kalau dipakai atau dipegang, enak nggak Kak?

Narasumber: Iya enak, nyaman digenggam.

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana, Kak?

Narasumber: Masih nyaman sih, cuma kalau bisa ditambah tentengan bakal lebih enak lagi.

Penulis: Oke Kak, noted. Kalo dari desainnya menurut kakak menarik ga?

Narasumber: Menarik sih, eye-catching, tapi print-nya menurut aku agak kurang tajam ya

Penulis: Kan aku mau ngasih kesan klasik, premium, sama hangat dari desainnya, menurut kakak udah keliatan belum?

Narasumber: keliatan kok semuanya

Penulis: Oke Kak. Kalau dari sisi brand-nya sendiri gimana? Jadi brandnya ini jual donat premium klasik terus ada nuansa nostalgianya gitu, menurut Kakak udah kerasa belum identitasnya?

Narasumber: Udah sih, keliatan dari desainnya

Penulis: Ada masukan lagi dari kakak ga buat kemasannya?

Narasumber: Iya, font-nya menurut aku agak kurang kebaca apalagi kalo dari jauh



## © 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

Penulis: Oke Kak, terakhir nih, hal positif dari kemasan ini menurut Kakak apa?

Narasumber: Yang paling aku suka itu sistem kuncinya praktis sama kemasannya unik

Narasumber 6: Athyra, 25, Karyawan

Penulis: Menurut kamu, kemasannya gampang dibuka nggak?

Narasumber: Menurut aku agak susah sih dibukanya

Penulis: Oh gitu, kalo pas ditutup lagi gimana?

Narasumber: susah juga, nggak langsung klik gitu.

Penulis: Terus kalau buat ngambil produknya, bisa ga?

Narasumber: Hmm, agak susah juga sih, kurang kebuka

Penulis: Oke, tapi kalau digenggam gimana?

Narasumber: Kalau itu nyaman sih, enak dipegang

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana?

Narasumber: Nyaman juga, masih oke buat ditenteng ke mana-mana soalnya bentuknya bulet kayak clutch

Penulis: Dari visualnya sendiri gimana first impression kamu?

Narasumber: Menarik sih, aku suka banget look yang kayak gini

Penulis: Kan aku mau nampilin kesan klasik, premium sama hangat, udah kerasa belum?

Narasumber: Udah kok, vibesnya kerasa

Penulis: Terus menurut kamu ini kan brandnya jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, itu keliatan ga dari desainnya?

Narasumber: Keliatan sih menurut aku

Penulis: Ada saran lain ga buat kemasannya

Narasumber: Menurut aku buat strukturnya sih bisa dibuat lebih kokoh ya

Narasumber 7: Nabila, 30, Karyawan

Penulis: Oke ka menurut Kakak kemasannya gampang dibuka nggak?



## © 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

Narasumber: Iya, gampang kok dibuka.

Penulis: Kalau buat tutup lagi gimana, Kak?

Narasumber: Hmm, itu agak susah sih, kalo dikasih skor mungkin 2 dari 5 ya.

Penulis: Oke, noted. Terus kalau buat ngambil produknya sendiri gimana?

Narasumber: Agak susah juga sih, kurang kebuka jadi susah ngambilnya

Penulis: Ohh oke. Tapi kalau dipakai atau dipegang gimana, Kak?

Narasumber: Nah kalau itu nyaman sih, enak digenggam.

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana?

Narasumber: Masih nyaman juga, nggak ribet.

Penulis: Terus kalau didisplay atau dipajang gimana menurut Kakak?

Narasumber: Nyaman sih, enak dilihat juga kalau dipajang.

Penulis: Kalau dari visualnya sendiri, menurut kakak gimana?

Narasumber: Menurut aku menarik banget

Penulis: Kan aku mau nunjukkin kesan klasik, premium, dan hangat, itu udah keliatan belum?

Narasumber: Udah kok, keliatan banget dari gambar sama warnanya

Penulis: Kan brandnya ngejual donat premium klasik terus ada nuansa nostalgianya gitu, kerasa ga dari desain kemasannya?

Narasumber: Udah sih, menurut aku keliatan dari desainnya

Penulis: Terakhir, apa yang kakak suka dari kemasannya?

Narasumber: Visualnya bagus sih, terus bentuk kemasannya juga unik

Narasumber 8: Aisy, 25, Karyawan

Penulis: Kak, menurut Kakak kemasannya gampang dibuka nggak?

Narasumber: Iya, gampang dibuka sih

Penulis: Kalau buat tutup lagi gimana, Kak?

Narasumber: Nah itu, kalo ditutup agak susah

Penulis: Oke. Terus kalau buat ngeluarin produknya sendiri gimana?

Narasumber: Itu justru agak susah, terlalu tertutup jadi susah buat ngambilnya

Penulis: Ohh oke. Tapi kalau digenggam gimana, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Narasumber: Nyaman sih digenggam

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana menurut Kakak?

Narasumber: Menurut aku bakal lebih enak kalau ada handle

Penulis: Oke, noted. Kalau dipajang atau didisplay gimana?

Narasumber: Itu nyaman sih, enak buat display.

Penulis: Kalo dari sisi visualnya, kesan klasik, premium, sama hangat udah kerasa belum menurut Kakak?

Narasumber: Udah dapet menurut aku

Penulis: Kalau soal brandingnya sendiri, jadi brand ini kan jualan jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap kesannya premium, menurut Kakak dari desain kemasannya udah keliatan identitas brand itu belum?

Narasumber: Udah kok, udah keliatan

Penulis: ada masukan lain ga untuk kemasannya?

Narasumber: Mungkin bisa ditambah flap yang nempel di samping biar bukaan lebih lebar, jadi nggak terlalu tertutup gitu

Penulis: Oke. Terakhir, hal yang paling Kakak suka dari kemasan ini apa?

Narasumber: Bentuknya unik sih, terus pas dibuka produk langsung kelihatan. Itu yang menarik.

Narasumber 9: Aurel, 25, Karyawan

Penulis: coba buka kemasannya, susah ga menurut Kakak?

Narasumber: Enggak kok, gampang aja bukanya, langsung kebuka

Penulis: Terus pas mau ditutup lagi gimana?

Narasumber: Jujur agak susah ya

Penulis: Kalo buat ngeluarin produknya sendiri gimana, Kak?

Narasumber: Agak repot juga sih, terlalu tertutup

Penulis: Oke, kalo pas digenggam gimana rasanya?

Narasumber: Pas di tangan menurut aku

Penulis: Kalo dibawa-bawa kemana-mana, nyaman ga menurut Kakak?



## © 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

Narasumber: Kayaknya bakal lebih oke kalo ada pegangannya deh, biar gampang dibawa

Penulis: Terus kalo didisplay gimana?

Narasumber: Enak diliat sih, cocok buat dipajang

Penulis: Dari desainnya, kesan klasik, premium, sama hangat udah nyampe ga menurut Kakak?

Narasumber: Udah nyampe banget menurut aku, langsung keliatan dari tampilannya.

Penulis: Kalo soal brandingnya, jadi brand ini kan jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap kesannya premium, itu udah kerepresentasi belum dari kemasannya?

Narasumber: Menurut aku sih udah, keliatan dari desainnya.

Penulis: Ada bagian yang menurut Kakak bisa ditambahin lagi dari desainnya?

Narasumber: Mungkin tambahin handle biar enak buat ditenteng

Penulis: Oke, terakhir nih, apa yang paling Kakak suka dari kemasan ini?

Narasumber: Aku suka bentuknya sama desainnya

Narasumber 10: Inggit, 30, Karyawan

Penulis: Kak, menurut Kakak kemasannya gampang dibuka nggak?

Narasumber: Hmm, menurut aku susah sih, agak effort buat bukanya.

Penulis: Kalo ditutup lagi gimana, Kak?

Narasumber: Nah kalo ditutup ulang malah susah banget

Penulis: Terus buat ngeluarin produknya sendiri gimana?

Narasumber: Agak ribet ya pas mau ngambil produknya

Penulis: Kalo digenggam gimana, nyaman ga?

Narasumber: Kurang nyaman sih menurutku, soalnya ga ada pegangan jadi susah digenggam

Penulis: Kalo buat dipajang atau didisplay gimana?

Narasumber: Menurut aku malah kesannya terlalu rame ya kalo dipajang, jadi kurang enak diliat



## © 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

Penulis: Dari sisi visualnya sendiri gimana menurut Kakak?

Narasumber: Jujur ya, visualnya menurut aku kurang menarik

Penulis: Kalo dari kesan premiumnya, udah kerasa belum?

Narasumber: Menurut aku kesan premiumnya masih kurang sih

Penulis: Kalo kehangatannya sendiri gimana, udah kerasa?

Narasumber: Itu juga masih kurang menurut aku, belum terlalu kerasa hangatnya

Penulis: Kalo soal nostalgia sama kesan klasiknya gimana menurut Kakak?

Narasumber: Nostalgianya udah kerasa sih, tapi premium sama klasiknya menurut aku masih kurang dapet

Penulis: Ada masukan lain ga kak buat masukannya?

Narasumber: Menurut aku bentuknya ini kurang ngebantu buat digenggam sama, kemasannya kurang nyerminin kalo isinya donat

Penulis: Oke, terakhir kak, ada yang Kakak suka dari kemasan ini?

Narasumber: Kalo yang aku suka, ornamennya sih, itu udah nyerminin kesan klasik sama jadul dengan baik

Narasumber 11: Bu Nurul, 31, PNS

Penulis: Bu, menurut Ibu kemasannya mudah dibuka nggak?

Narasumber: Iya, mudah kok bukannya

Penulis: Kalau ditutup lagi gimana, Bu?

Narasumber: Mudah juga, nggak ribet

Penulis: Kalau buat ngambil produknya sendiri gimana, Bu?

Narasumber: Itu juga mudah, nggak ada kendala

Penulis: Kalau digenggam gimana, Bu? Nyaman nggak?

Narasumber: Simple sih bentuknya, jadi enak digenggam

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana menurut Ibu?

Narasumber: Kurang sih, lebih enak kalo bisa ditenteng

Penulis: Kalau buat display gimana, Bu?

Narasumber: Bagus, cocok buat dipajang

Penulis: Kalau dari visual kemasannya sendiri, first impression Ibu gimana?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Narasumber: Menurut saya visualnya bagus

Penulis: Nah, dari desain ini kan pengen ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut Ibu udah kerasa belum?

Narasumber: Kalau klasiknya sih udah kelihatan dari grafisnya. Tapi premiumnya menurut saya masih kurang, soalnya dari segi materialnya belum terlalu terasa. Kehangatangannya sudah dapet dari pemilihan warnanya. Ada tekstur di desainnya juga nambah kesan premium

Penulis: Ada masukan lain nggak, Bu, soal kemasannya?

Narasumber: Strukturnya menurut saya masih kurang kuat

Penulis: Kalau buat branding-nya sendiri, klien saya kan jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, menurut Ibu udah mencerminkan identitas brand-nya belum?

Narasumber: Menurut saya belum sepenuhnya, karena strukturnya masih kurang.

Penulis: Terakhir nih, Bu, yang paling Ibu suka dari kemasan ini apa?

Narasumber: Bentuk sama desainnya saya suka

Narasumber 12: Lisy, 27, PNS

Penulis: Bu, kemasannya gampang dibuka nggak menurut Ibu?

Narasumber: Iya, gampang, nggak perlu usaha lebih buat bukanya

Penulis: Kalau ditutup lagi gimana, Bu?

Narasumber: Itu juga gampang kok

Penulis: Kalau buat ngeluarin produknya sendiri gimana?

Narasumber: Gampang, nggak ada masalah

Penulis: Kalau digenggam gimana, Bu?

Narasumber: Karena bentuknya simple, jadi nyaman digenggam

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana menurut Ibu?

Narasumber: Saya agak ragu kalau mau ditenteng, khawatir kemasannya jadi rusak pas dibawa kemana-mana

Penulis: Kalau buat display gimana, Bu?

Narasumber: Bagus, enak dipajang



## © 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

Penulis: Kalau dari visualnya sendiri, kesan pertama Ibu gimana?

Narasumber: Visualnya menurut saya cukup bagus

Penulis: Kan dari desain ini pengen ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut Ibu gimana?

Narasumber: Udah keliatan sih tapi dari materialnya masih kurang premium

Penulis: Ada masukan lain, Bu?

Narasumber: Dari sisi struktur, menurut saya masih perlu diperkuat lagi

Penulis: Kalau soal branding-nya, jadi brand ini kan jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, apakah menurut Ibu sudah tercermin dari kemasannya?

Narasumber: Menurut saya belum sepenuhnya tercapai, karena strukturnya masih jadi kendala

Penulis: Terakhir, Bu, apa yang paling Ibu suka dari kemasan ini?

Narasumber: Saya suka tampilan visualnya, terus juga cocok buat dipajang

Narasumber 13: Rosa, 32, PNS

Penulis: Bu, kemasannya mudah dibuka nggak?

Narasumber: Mudah

Penulis: Kalau ditutup lagi gimana, Bu?

Narasumber: Mudah juga

Penulis: Kalau buat ngambil produknya gimana?

Narasumber: Mudah, nggak ada kesulitan

Penulis: Kalau digenggam gimana, Bu?

Narasumber: Nyaman, bentuknya simple

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana menurut Ibu?

Narasumber: Kalau ditenteng, saya khawatir kemasannya rusak, jadi kurang nyaman untuk dibawa.

Penulis: Kalau buat display gimana, Bu?

Narasumber: Bagus, cocok dipajang

Penulis: Kalau visualnya sendiri gimana menurut Ibu?



## © 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

Narasumber: Bagus, menarik

Penulis: Kan desain ini mau ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut Ibu udah dapet belum?

Narasumber: Menurut saya udah keliatan sih

Penulis: Ada masukan lain, Bu?

Narasumber: Strukturnya perlu diperkuat

Penulis: Kalau soal branding, klien saya jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, sudah tercermin belum menurut Ibu?

Narasumber: Menurut saya sudah terlihat dari desainnya

Penulis: Terakhir, apa yang paling Ibu suka dari kemasan ini?

Narasumber: Visualnya, ornamennya bagus

Narasumber 14: Fina, 26, PNS

Penulis: Bu, kemasannya gampang dibuka nggak menurut Ibu?

Narasumber: Iya gampang kok

Penulis: Kalau ditutup lagi gimana?

Narasumber: Gampang juga, nggak ribet

Penulis: Kalau buat ngambil produknya gimana, Bu?

Narasumber: Gampang, bisa aja

Penulis: Kalau digenggam gimana rasanya?

Narasumber: Nyaman kok

Penulis: Kalau dibawa-bawa gimana menurut Ibu?

Narasumber: Lebih enak kalo ditenteng kali ya

Penulis: Kalau buat display gimana, Bu?

Narasumber: Bagus banget, enak dipajang

Penulis: Kalau dari visualnya sendiri, kesan pertama Ibu gimana?

Narasumber: Bagus, saya suka lihatnya



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Penulis: Kan dari desain ini mau ngasih kesan klasik, premium, sama hangat, menurut Ibu udah kerasa belum?

Narasumber: Iya sudah terlihat

Penulis: Ada masukan lain nggak, Bu?

Narasumber: Menurut saya strukturnya masih perlu diperkuat lagi

Penulis: Kalau soal branding-nya, klien saya jual jajanan jadul dengan konsep klasik tapi tetap premium, menurut Ibu udah kecerminkan belum dari kemasannya?

Narasumber: Menurut saya belum sepenuhnya, karena strukturnya masih jadi kendala

Penulis: Terakhir nih, Bu, apa yang paling Ibu suka dari kemasannya ini?

Narasumber: Desainnya bagus saya suka ornamennya

Narasumber 15: Bu Maya, PNS

Penulis: Bu, apakah kemasan ini mudah dibuka?

Narasumber: Ya, mudah.

Penulis: Kalau untuk ditutup kembali, bagaimana, Bu?

Narasumber: Mudah juga.

Penulis: Kalau untuk mengambil produknya sendiri, Bu?

Narasumber: Mudah, tidak ada kendala

Penulis: Kalau digenggam, apakah nyaman, Bu?

Narasumber: Nyaman, karena bentuknya sederhana

Penulis: Kalau dibawa-bawa, bagaimana menurut Ibu?

Narasumber: Untuk itu menurut saya lebih baik kalo bisa ditenteng

Penulis: Kalau untuk display, bagaimana, Bu?

Narasumber: Baik, cocok untuk dipajang

Penulis: Dari sisi visual, bagaimana kesan pertama Ibu?

Narasumber: Visualnya menarik

Penulis: Desain ini dimaksudkan untuk memberi kesan klasik, premium, dan hangat. Menurut Ibu, apakah sudah tercapai?

Narasumber: Udh sih menurut saya



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Penulis: Apakah ada masukan lain, Bu?

Narasumber: Menurut saya strukturnya masih perlu diperkuat

Penulis: Untuk branding-nya sendiri, klien saya menjual jajanan jadul dengan konsep klasik namun tetap premium. Apakah menurut Ibu sudah tercermin dari kemasan ini?

Narasumber: Menurut saya belum sepenuhnya, karena struktur kemasan masih kurang kokoh

Penulis: Terakhir, apa yang paling Ibu sukai dari kemasan ini?

Narasumber: Saya suka visualnya, dan juga desainnya bagus



## Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian



### © 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

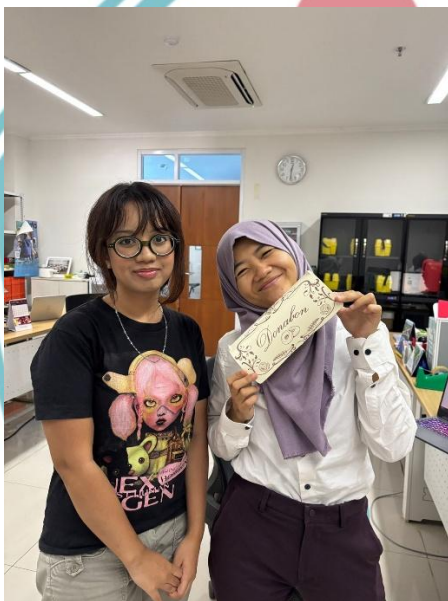




## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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



NEGERI  
JAKARTA



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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



## Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin



Similarity Report ID: old:3618:144793986

● **4% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 4% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

---

**TOP SOURCES**

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

|   |                           |     |
|---|---------------------------|-----|
| 1 | repository.pnj.ac.id      | 1%  |
|   | Internet                  |     |
| 2 | kc.umn.ac.id              | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 3 | 123dok.com                | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 4 | docplayer.info            | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 5 | hashmicro.com             | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 6 | artikelpendidikan.id      | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 7 | repository.dinamika.ac.id | <1% |
|   | Internet                  |     |
| 8 | repository.usd.ac.id      | <1% |
|   | Internet                  |     |

---

Sources overview



## © 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



### 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 7 Daftar Riwayat Hidup

# Alya Julietta

+62 812 8003 6437

alyajulietta@gmail.com

linkedin.com/in/alya-julietta

I'm an illustrator who specializes in portrait paintings, background illustrations, pixel artist, and graphic design.

## EDUCATION

### Politeknik Negeri Jakarta

September 2022 - September 2026

#### Applied Bachelor Program of Graphic Design

3rd Year Student. Expected Graduation in 2026.

### Dundalk Institute of Technology

September 2024 - January 2025

#### Creative Media

One semester student exchange program sponsored by Indonesian International Student Mobility Awards.

## WORK EXPERIENCE

### Normalice Creative Studio

August 2025 - Present

#### Pixel Artist

Creates pixel assets and backgrounds

### PT Teman Motret Adikara

March - July 2025

#### Graphic Designer Intern - Social Media Division

Designed Contents for Instagram account @temanmotret...

## ACHIEVEMENTS

### Indonesian International Student Exchange Mobility Awards 2024

March 2024

#### Indonesia Ministry of Education, Culture, Research, and Technology

One of the six selected awardees to study in Dundalk Institute of Technology 2024.

### Local Polytechnic English Debate Competition 2023

March 2023

#### Polytechnic English Club - Politeknik Negeri Jakarta

1st place in the debate category.

## ORGANIZATIONS

### IISMA - Dundalk Institute of Technology

March 2024 - January 2025

#### Student Representative

- Person in charge of managing host university group IISMA Dundalk Institute of Technology activities and projects.
- Way of communication between IISMA regional coordinators to fellow awardees.

### Polytechnic English Club - Politeknik Negeri Jakarta

November 2023 - January 2024

#### Head of Debate Division, Peer Mentor

- Person in charge of debate division activities
- Lead debate practices
- Provide resources to mentees

## PROJECTS

### Fortunato

August 2025 - Present

#### Roguelike Deckbuilder Game

Pixel 2D Artist

### Memomemoria On Camera

April 2026 - May 2026

#### Indie Movie

Asisstant Wardrobe

### Deisha Keisha

September 2023 - January 2024

#### Jewelry Packaging Design

- Part of the team that design the surface of the packaging
- Designed the structure of the packaging
- Created 3D animation mock up of the final packaging



## © 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

### Wayda by Ida

#### Brand Profile Book

- Team leader of the project
- Part of creative team that design layouts of the book
- Directed photoshoots

### SOFTWARE SKILLS

|                               |                       |
|-------------------------------|-----------------------|
| Adobe Illustrator (Competent) | Figma (Basic)         |
| Adobe Indesign (Competent)    | Procreate (Competent) |
| Adobe Photoshop (Competent)   | Aseprite (Competent)  |

March 2024 - July 2024

### MY PORTFOLIO



[Click here!](#)