



© 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 KEMASAN *SELF-CARE BRAND FROM HEART* SEBAGAI *MEDIA BRANDING*



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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Oleh:

**MUHAMMAD ARSYAN AZHIMA**  
**2206421081**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2025**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kemasan Self-Care Brand From Heart  
Sebagai Media Branding.  
Penulis : Muhammad Arsyian Azhima  
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan  
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Ardyta Praviyasari, M.Ds  
NIP. 198911012025062002



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KEMASAN *SELF-CARE BRAND FROM HEART* SEBAGAI  
MEDIA *BRANDING*.

Oleh:

MUHAMMAD ARSYAN AZHIMA

2206421081

Disahkan:

Depok, 21 Juli 2026

Penguji I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds.

NIP. 19900500201903201

Penguji II

Nabila Fajrina, S.T.Kom., M.Si.

NIP. 199509212022032014

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds

NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



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

NIP. 198405292012121002



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 TUGAS AKHIR

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

### PERANCANGAN KEMASAN SELF-CARE BRAND FROM HEART SEBAGAI MEDIA BRANDING

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya maupun pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang telah dicantumkan sebagai referensi dan dikutip secara benar sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah serta tercantum dalam daftar pustaka.

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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026  
Yang menyatakan,



Muhammad Arsyah Azhima

2206421081



**Hak Cipta :**

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

## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kemasan Selfcare Brand From Heart sebagai Media Branding” dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari doa, dukungan, serta bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, terutama orang tua tercinta yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moral, maupun material selama proses penyusunan. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ardyta Praviasari, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan selama penyusunan laporan penelitian.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Serta seluruh dosen yang telah banyak memberikan pengalaman, ilmu, dan suasana kerja yang mendukung.

Tersadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun, demi penyempurnaan laporan ini ke depannya.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Jakarta, Desember 2025

Muhammad Arsyian Azhima



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## ABSTRAK

Persaingan produk *self care* yang semakin berkembang menuntut setiap *brand* memiliki identitas visual yang mampu membangun daya tarik sekaligus menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen. From Heart merupakan *brand self care* yang hadir untuk memberikan dukungan bagi individu yang sedang mengalami tekanan emosional, kesedihan, maupun penurunan kondisi mental melalui produk yang mengusung nilai kenyamanan, *healing*, dan kesejahteraan emosional. Dalam proses pengembangan produknya, *brand* ini memiliki keterbatasan anggaran sehingga diperlukan perancangan kemasan yang ekonomis tanpa mengurangi kualitas visual maupun karakter merek. Oleh karena itu, tugas akhir ini berjudul *Desain Kemasan Produk untuk Brand Self Care "From Heart"* dengan tujuan menghasilkan desain kemasan yang fungsional, menarik, dan sesuai dengan identitas *brand*. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang terdiri atas tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan studi kompetitor untuk memahami kebutuhan pengguna serta kondisi pasar. Hasil perancangan menunjukkan bahwa kemasan yang dihasilkan mampu menerapkan identitas visual brand melalui penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen grafis yang konsisten. Selain berfungsi sebagai pelindung dan wadah produk, kemasan juga berperan sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan nilai *self care*, kenyamanan, dan *healing*. Berdasarkan hasil perancangan, dapat disimpulkan bahwa kemasan yang dirancang secara efektif dan selaras dengan identitas *brand* mampu meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat citra merek meskipun dikembangkan dengan anggaran yang terbatas.

**Kata Kunci:** Desain Kemasan, Self-Care, Branding, Design Thinking, From Heart.



**Hak Cipta :**

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

**ABSTRACT**

*The growing competition in the self-care product market requires every brand to establish a strong visual identity that is capable of attracting consumers while fostering an emotional connection. From Heart is a self-care brand designed to support individuals experiencing emotional distress, sadness, or declining mental well-being through products that embody the values of comfort, healing, and emotional wellness. During the product development process, the brand faced budget limitations, creating the need for a cost-effective packaging design without compromising visual quality or brand identity. Therefore, this final project, entitled Packaging Design for the Self-Care Brand "From Heart", aims to develop packaging that is functional, visually appealing, and consistent with the brand's identity. The design process employed the Design Thinking method, which consists of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, interviews, literature review, and competitor analysis to understand user needs and market conditions. The results of the design process demonstrate that the proposed packaging successfully reflects the brand's visual identity through the consistent application of its logo, color palette, typography, and graphic elements. In addition to serving as a protective container for the product, the packaging also functions as a visual communication medium that conveys the values of self-care, comfort, and healing. It can be concluded that packaging designed effectively and aligned with the brand identity is capable of enhancing product appeal and strengthening brand image, even when developed within limited budget constraints.*

**Keyword:** *Packaging Design, Self-Care, Branding, Design Thinking, From Heart.*



**Hak Cipta :**

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

## DAFTAR ISI

|                                             |           |
|---------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>               | <b>15</b> |
| 1.1 Latar Belakang.....                     | 15        |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                    | 16        |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....           | 17        |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat.....                 | 17        |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian.....                | 18        |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian.....               | 18        |
| 1.5 Sistematika Penelitian.....             | 18        |
| <b>BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....</b>     | <b>20</b> |
| 2.1 Kemasan Produk.....                     | 20        |
| 2.1.1 Desain Kemasan.....                   | 24        |
| 2.1.2 Elemen Desain Kemasan.....            | 25        |
| 2.1.3 Logo.....                             | 25        |
| 2.1.4 Warna.....                            | 27        |
| 2.1.5 Psikologi Warna.....                  | 30        |
| 2.1.6 Tipografi.....                        | 33        |
| 2.1.7 Visual Grafis.....                    | 36        |
| 2.1.8 Bahan Kemasan.....                    | 37        |
| 2.1.9 Fungsi Kemasan.....                   | 42        |
| 2.1.10 Struktur Kemasan.....                | 44        |
| 2.2 Desain Grafis.....                      | 45        |
| 2.2.1 Prinsip Desain Grafis.....            | 45        |
| 2.2.2 Metode Perancangan Desain Grafis..... | 47        |
| 2.3 Media Branding.....                     | 48        |
| 2.4 Psikologi Konsumen.....                 | 50        |
| 2.5 Perilaku Konsumen.....                  | 52        |
| 2.5.1 Faktor Perilaku Konsumen.....         | 53        |
| 2.5.2 Consumer Decision Process.....        | 54        |
| <b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>      | <b>56</b> |
| 3.1 Metode penelitian.....                  | 56        |
| 3.2 Data dan Analisis.....                  | 59        |
| 3.2.1 Profil Klien.....                     | 59        |
| 3.2.2 Product Knowledge.....                | 61        |
| 3.2.3 Target Audience.....                  | 61        |



## © 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

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| 3.2.4 Kompetitor.....                             | 64         |
| 3.2.5 Costumer Insight.....                       | 68         |
| 3.2.6 SWOT.....                                   | 70         |
| 3.3 Arahan Kreatif.....                           | 72         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....</b>    | <b>76</b>  |
| 4.1 Konsep Visual.....                            | 76         |
| 4.1.1 Mind Map.....                               | 77         |
| 4.1.2 Moodboard Packaging.....                    | 78         |
| 4.1.3 Moodboard Visual.....                       | 79         |
| 4.2 Proses Desain.....                            | 79         |
| 4.2.1 Sketsa Alternatif Struktur dan Surface..... | 80         |
| 4.2.2 Alternatif Komprehensif.....                | 85         |
| 4.2.3 Desain Terpilih.....                        | 90         |
| 4.2.4 Prototype.....                              | 93         |
| 4.2.5 Testing.....                                | 95         |
| 4.2.6 Final Artwork.....                          | 98         |
| 4.3 Media Pendukung.....                          | 101        |
| 4.4 Pertimbangan Produksi.....                    | 105        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                         | <b>109</b> |
| 5.1 Simpulan.....                                 | 109        |
| 5.2 Saran.....                                    | 110        |
| 5.2.2 Saran Akademis.....                         | 111        |
| <b>DAFTAR REFRENSI.....</b>                       | <b>112</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Packaging Gift Box image.....                   | 20 |
| Gambar 2.2. Kemasan primer box karton image.....            | 21 |
| Gambar 2.3. Kemasan Sekunder Beng Beng image.....           | 22 |
| Gambar 2.4. Kemasan teriser wrapper permen image.....       | 23 |
| Gambar 2.5. Packaging Box Free Ideas image.....             | 24 |
| Gambar 2.6. From Heart Logo Variant.....                    | 25 |
| Gambar 2.7. The Psychology of Colors Image.....             | 28 |
| Gambar 2.8. The Psychology of Colors Image.....             | 29 |
| Gambar 2.9. The Psychology of Colors Image.....             | 30 |
| Gambar 2.10. Typographic Style image.....                   | 33 |
| Gambar 2.11. Typographic Letterform image.....              | 34 |
| Gambar 2.12. Typographic Typeface image.....                | 35 |
| Gambar 2.13. Visual Graphic Element Image.....              | 36 |
| Gambar 2.14. Paperboard Food Packaging Qina Cafe image..... | 38 |
| Gambar 2.15. Karft Paper Bag image.....                     | 38 |
| Gambar 2.16. Duplex Box Material image.....                 | 39 |
| Gambar 2.17. Art Paper Design image.....                    | 39 |
| Gambar 2.18. Art Carton Packaging image.....                | 40 |
| Gambar 2.19. Ivory Card Packaging image.....                | 40 |
| Gambar 2.20. Corrugated Packaging image.....                | 41 |
| Gambar 2.21. Packaging Structure norma brand image.....     | 44 |
| Gambar 3.1. Skema Tahapan Penelitian.....                   | 56 |
| Gambar 3.2. Instagram Profile Brand Peekmybook.....         | 64 |
| Gambar 3.3. Instagram Profile Brand lorku.kit.....          | 65 |
| Gambar 3.4. Instagram Profile Brand teno.id.....            | 66 |
| Gambar 3.5. Instagram Profile Brand Pallium.co.....         | 67 |
| Gambar 4.1. Mind Map.....                                   | 77 |
| Gambar 4.2. Packaging Moodboard.....                        | 78 |
| Gambar 4.3. Visual Moodboard.....                           | 79 |
| Gambar 4.4. Sketsa Alternatif 1.....                        | 81 |
| Gambar 4.5. Sketsa Alternatif 2.....                        | 82 |
| Gambar 4.6. Sketsa Alternatif 3.....                        | 83 |
| Gambar 4.7. Sketsa Alternatif 4.....                        | 84 |
| Gambar 4.8. Sketsa Alternatif 5.....                        | 85 |
| Gambar 4.9. Desain Alternatif Komprehensif 1.....           | 86 |

### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.10. Desain Alternatif Komprehensif 2..... | 87  |
| Gambar 4.11. Desain Alternatif Komprehensif 3..... | 89  |
| Gambar 4.12. Kemasan Desain Terpilih.....          | 90  |
| Gambar 4.13 Kemasan Prototype Corrugated.....      | 91  |
| Gambar 4.14. Kemasan Prototype Duplex.....         | 94  |
| Gambar 4.15. Testing prototype.....                | 96  |
| Gambar 4.16. Capture matrix.....                   | 97  |
| Gambar 4.17. Final Artwork From Heart.....         | 98  |
| Gambar 4.18 Mockup Journaling Book From Heart..... | 102 |
| Gambar 4.19. Mockup Guidebook From Heart.....      | 103 |
| Gambar 4.20. Mockup Sticker From Heart.....        | 104 |
| Gambar 4.21. Thank you Card Mockup.....            | 105 |



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR  
TABEL**

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1. Segmentasi Target Audience.....  | 62 |
| Tabel 3.2. Highlights Consumer Insight..... | 68 |
| Tabel 3.3. Strategi Matriks SWOT.....       | 71 |
| Tabel 3.4. Arahan Kreatif.....              | 73 |





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR  
LAMPIRAN**

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1.1. Halaman Hasil Kuisisioner Google form..... | 118 |
| Lampiran 2.1. Transkrip Diskusi Arahan Klien.....        | 120 |
| Lampiran 2.2. Bukti Diskusi Klien.....                   | 121 |
| Lampiran 3.1. Transkrip Diskusi Arahan Klien.....        | 123 |
| Lampiran 4.1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....          | 125 |
| Lampiran 5.1. Hasil Pengecekan Plagiarisme Turnitin..... | 127 |
| Lampiran 6.1. Curriculum Vitae Penulis.....              | 129 |



**Hak Cipta :**

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

Perkembangan gaya hidup modern yang ditandai dengan tingginya tuntutan aktivitas dan tekanan sosial mendorong meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan diri. Kondisi ini menjadikan praktik *self-care* semakin relevan, tidak hanya sebagai perawatan fisik, tetapi juga sebagai upaya menjaga keseimbangan emosional dan psikologis individu.

Seiring meningkatnya kesadaran tersebut, berbagai produk *self-care* berkembang dengan menawarkan pengalaman yang lebih personal dan emosional. Produk tidak lagi dinilai semata dari fungsi, melainkan dari kemampuannya menghadirkan rasa nyaman dan keterhubungan emosional bagi penggunanya. Vaidya dan Kalita (2021) menyatakan bahwa desain produk tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mampu membangkitkan emosi dan menciptakan pengalaman yang bermakna bagi konsumen. Oleh karena itu, desain berperan penting dalam membangun hubungan emosional antara produk dan pengguna melalui elemen visual maupun pengalaman penggunaan.

Kemasan menjadi salah satu elemen desain yang strategis karena merupakan titik temu pertama antara produk dan konsumen. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan berperan dalam membentuk persepsi awal terhadap kualitas dan nilai merek. Spence dan Van Doorn (2022) menyatakan bahwa elemen visual pada kemasan mampu memengaruhi persepsi awal konsumen terhadap kualitas produk serta membentuk citra dan nilai suatu merek melalui komunikasi visual yang ditampilkan pada kemasan. Dengan demikian, kemasan yang dirancang dengan baik mampu memperkuat identitas merek serta meningkatkan daya tarik produk.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Namun, pada praktiknya banyak *brand* berskala kecil dan menengah, khususnya UMKM, menghadapi keterbatasan anggaran dalam produksi kemasan.

Kondisi ini berdampak pada kualitas visual kemasan sehingga fungsinya sebagai media *branding* belum dimanfaatkan secara optimal. Sridevi et al. (2021) menyatakan bahwa desain kemasan berperan sebagai media komunikasi visual yang membantu membangun identitas dan diferensiasi suatu produk di tengah persaingan pasar. Namun, penerapan kemasan dengan nilai emosional dan visual yang kuat sering kali dianggap membutuhkan material premium serta biaya produksi yang tinggi, sehingga menjadi tantangan bagi UMKM. Padahal, kemasan tetap dapat memiliki nilai visual dan komunikatif yang efektif melalui pendekatan desain yang lebih sederhana dan ekonomis.

From Heart merupakan *brand self-care* lokal yang sedang berada pada tahap pengembangan menuju peluncuran produk. *Brand* ini mengusung konsep ketulusan dan pemulihan emosional melalui *Calm Box*, yaitu paket *self-care* berisi afirmasi positif dan media refleksi diri. Meskipun memiliki konsep emosional yang kuat, From Heart dihadapkan pada keterbatasan anggaran dalam perancangan kemasan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan kemasan yang mampu menjawab kebutuhan efisiensi biaya tanpa mengesampingkan fungsi visual, fungsional, dan emosional. Perancangan kemasan *Calm Box* diposisikan pada pengembangan desain kemasan yang ekonomis namun tetap mampu menampilkan nilai produk di atas rata-rata melalui pengolahan visual, konsep emosional, dan strategi *branding* yang tepat.

### 1.2 Rumusan Masalah

Pada perancangan penelitian tugas akhir ini, ada beberapa rumusan masalah yang dapat diangkat sebagai bahasan dan bahan pengembangan produk hasil akhir:



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Bagaimana merancang kemasan *Calm Box* yang layak secara visual dan fungsional dengan keterbatasan anggaran produksi?
2. Bagaimana kemasan *Calm Box* dapat berfungsi sebagai media *branding* bagi *brand* From Heart?

### 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup perancangan ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini tidak membahas strategi pemasaran *digital* secara mendalam, seperti pengelolaan media sosial, periklanan *digital*, optimasi mesin pencari (SEO), maupun strategi promosi melalui berbagai platform *digital*. Fokus penelitian hanya terbatas pada perancangan kemasan fisik sebagai media *branding* yang bertujuan membangun identitas visual, meningkatkan nilai estetika, serta memperkuat daya tarik produk From Heart.
2. Perancangan ini berfokus pada desain kemasan sebagai media *branding* yang bertujuan membangun identitas visual dan meningkatkan daya tarik produk. Pembahasan tidak mencakup pengembangan isi produk *self-care*, formulasi produk, maupun aspek operasional bisnis seperti strategi pemasaran, distribusi, dan analisis penjualan.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan serta manfaat yang diharapkan dapat menjadi landasan dalam proses perancangan dan pengembangan proyek yang dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:



#### Hak Cipta :

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

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

#### Tujuan Penelitian

1. Merancang kemasan *Calm Box* yang efisien secara biaya namun tetap memenuhi standar visual dan fungsional.
2. Menghasilkan kemasan yang berperan efektif sebagai media *branding brand From Heart*.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

#### Manfaat Praktis

1. Memberikan solusi desain kemasan yang ekonomis namun tetap memiliki nilai visual dan emosional sebagai media *branding*.
2. Memberikan referensi kemasan *self-care* yang fungsional dan mendukung kesadaran akan pentingnya kesehatan mental.

#### Manfaat Akademis

1. Menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu desain grafis, khususnya pada bidang perancangan kemasan ekonomis.
2. Menjadi referensi bagi penelitian atau perancangan selanjutnya yang berkaitan dengan kemasan UMKM dan media *branding*.

### 1.5 Sistematika Penelitian

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis agar memudahkan pembaca dalam memahami isi laporan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

## BAB I: PENDAHULUAN

Menjelaskan gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan sebagai dasar dan acuan dalam pelaksanaan penelitian.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 II: LANDASAN PERANCANGAN**

Berisi kajian teori dan konsep yang meliputi *branding*, desain kemasan, desain grafis, serta kajian konseptual yang menjadi dasar perancangan kemasan *Calm Box*

## **BAB III: METODE PERANCANGAN**

Bab III menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi teknik pengumpulan data dan metode analisis data sebagai dasar dalam proses perancangan. Selain itu, bab ini juga memaparkan arahan kreatif yang menjadi pedoman dalam mengembangkan konsep dan menghasilkan rancangan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memaparkan hasil perancangan yang telah dilakukan serta pembahasan berdasarkan data dan proses yang telah dianalisis. Bab ini menjelaskan hasil implementasi perancangan dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan tujuan penelitian.

## **BAB V: PENUTUP**

Berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil perancangan dan pembahasan yang telah dilakukan, serta memaparkan saran yang dapat menjadi masukan bagi pengembangan penelitian maupun perancangan selanjutnya.

**Hak Cipta :**

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

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini memuat simpulan dan saran yang disusun berdasarkan hasil penelitian, proses perancangan, serta pengujian yang telah dilakukan. Simpulan menjelaskan hasil yang diperoleh sebagai jawaban atas rumusan masalah sekaligus pencapaian tujuan penelitian, sedangkan saran disampaikan sebagai rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan perancangan maupun penelitian selanjutnya.

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan keseluruhan proses perancangan, pengujian, dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini dapat disimpulkan telah mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Adapun simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Perancangan kemasan *Calm Box* berhasil menghasilkan kemasan yang layak secara visual dan fungsional meskipun memiliki keterbatasan anggaran produksi. Hal ini dicapai melalui penerapan metode *Design Thinking*, pemilihan struktur *folding box* dengan *belt packaging*, serta penggunaan material *Ivory 300 gsm* yang ekonomis namun tetap mampu memberikan kesan estetik, melindungi produk, dan memudahkan penggunaan.
2. Kemasan *Calm Box* berhasil berfungsi sebagai media *branding* bagi *brand* From Heart. Identitas merek diwujudkan melalui penerapan elemen visual yang konsisten, seperti logo, warna, tipografi, ilustrasi, dan pesan emosional yang sesuai dengan karakter *brand*, sehingga mampu memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik produk, serta memberikan pengalaman yang berkesan bagi konsumen.



**Hak Cipta :**

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

Dengan demikian, kedua rumusan masalah telah berhasil dijawab. Perancangan menghasilkan kemasan *self-care brand* From Heart yang ekonomis, layak secara visual dan fungsional, serta efektif dalam merepresentasikan identitas brand sebagai media branding.

## 5.2 Saran

Subbab ini memuat saran praktis dan saran akademis yang disusun berdasarkan hasil penelitian sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan perancangan maupun penelitian selanjutnya.

### 5.2.1 Saran Praktis

1. Dalam merancang kemasan dengan anggaran produksi yang terbatas, perancang disarankan untuk mengoptimalkan penerapan elemen visual, seperti komposisi tata letak, tipografi, warna, ilustrasi, dan hierarki informasi, sehingga kemasan tetap memiliki daya tarik yang kuat serta mampu merepresentasikan identitas brand tanpa bergantung pada penggunaan material atau teknik produksi yang mahal.
2. Dalam proses produksi, *file* desain sebaiknya dipersiapkan sesuai standar percetakan, seperti menggunakan *mode* warna CMYK, memastikan penggunaan kode warna *Pantone* yang sesuai apabila diperlukan, serta melengkapi *file* dengan panduan pemotongan (*cutting guide*), *bleed*, dan *safe area* agar hasil cetak sesuai dengan rancangan desain.
3. Untuk produksi dalam skala besar, disarankan menggunakan teknik cetak *offset* dibandingkan cetak *digital* satuan serta memanfaatkan *die-cut* pada proses finishing. Hal ini meningkatkan efisiensi produksi sekaligus menekan biaya produksi per kemasan sehingga lebih ekonomis dan sesuai dengan kemampuan produksi klien.

**Hak Cipta :**

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

4. Evaluasi terhadap desain kemasan secara berkala berdasarkan masukan pengguna perlu dilakukan agar kemasan tetap sesuai dengan kebutuhan konsumen, perkembangan tren desain, serta mampu mempertahankan efektivitasnya sebagai media branding.

**5.2.2 Saran Akademis**

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih lanjut strategi perancangan kemasan ekonomis pada berbagai kategori produk sehingga dapat diperoleh alternatif solusi desain yang lebih beragam dengan biaya produksi yang efisien.
2. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dengan cakupan wilayah yang lebih luas sehingga hasil evaluasi terhadap aspek visual, fungsional, dan efektivitas kemasan sebagai media *branding* menjadi lebih komprehensif.
3. Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi penggunaan material kemasan alternatif yang lebih ekonomis dan ramah lingkungan tanpa mengurangi kemampuan kemasan dalam merepresentasikan identitas visual suatu *brand*.
4. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai efektivitas elemen visual kemasan dalam membangun identitas brand dan meningkatkan persepsi nilai produk pada berbagai segmen konsumen.



Hak Cipta :

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

## DAFTAR REFRENSI

- Aaker, D. (2020). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success* (First edition (compiled works)). Morgan James Publishin.  
<https://books.google.com/books?id=Bu3YAgAAQBAJ>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *Packaging the Brand*. Bloomsbury Visual Arts.  
<https://www.bloomsbury.com/uk/packaging-the-brand-9782940439795/>
- Dam, R. F., & Teo, Y. S. (2026). What is Design Thinking and Why Is It So Popular? *Interaction Design Foundation*.  
<https://ixdf.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular>
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>
- Dayal, S. (2021). *Branding Between the Ears: Using Cognitive Science to Build Lasting Customer Connections* (1st ed.) [Hardcover]. McGraw Hill.  
<https://www.mheducation.com/highered/mhp/product/branding-between-ears-using-cognitive-science-build-lasting-customer-connections.html>
- Hajdú, N. (2021). Importance of colour marketing in the evolutive marketing concept. *Multidiszciplináris Tudományok*, 11(5), 288–293.  
<https://doi.org/10.35925/j.multi.2021.5.31>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th Edition)* ((16th ed.)). Pearson Education.



**Hak Cipta :**

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

<https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003295>

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions*. 6th, 42.

Lupton, E. (2020). *Graphic design thinking: Beyond brainstorming* ((2nd ed.)). Princeton Architectural Press.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design (6th Edition)*. John Wiley & Sons.  
<https://uat.store.wiley.com/en-us/shop/graphic-design/meggs'-history-of-graphic-design-6th-edition-p-9781119136231>

Nugroho J, S. (2020). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi revisi / contemporary edition). Prenada Media Group.

Oktavian, T. R., Amalia, N., Hardi, B. B., Anugerah, R., Aminullah, B., Abdullah, H. H., Santoso, A., & Fitriah, M. (2024). Persepsi Mahasiswa Kota Bogor Terhadap Visualisasi Postingan Akun Instagram @Cretivox (Studi Kasus Terhadap Postingan Bertagar #Cretivoxzodiac). *Karimah Tauhid*, 3(2), 1893–1910. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.11967>

Othman, S. H., & Shanat, M. (2026). Emotional Design in Packaging: Enhancing the Unboxing Experience. *International Journal of Applied and Creative Arts*, 9(1), 68–80. <https://doi.org/10.33736/ijaca.11049.2026>

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



**Hak Cipta :**

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

- 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>
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomis Dan Kewirausahaan*, 19(1). <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Sofi, S. A., Mir, F. A., & Baba, M. M. (2020). Cognition and affect in consumer decision making: Conceptualization and validation of added constructs in modified instrument. *Future Business Journal*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00036-7>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* ((13th ed.)). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/consumer-behavior/P200000006000>
- Spence, C., & Van Doorn, G. (2022). Visual communication via the design of food and beverage packaging. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.1186/s41235-022-00391-9>
- Sridevi, D. S., Com, M., & Phil, M. (2021). Packaging As A Brand Communication. *International Journal of Modern Agriculture*, 10(2), 3315–3322.



**Hak Cipta :**

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

Sukma, R. P., & Trismaya, N. (2022). Perancangan Media Promosi Aziza Busana Dengan Menggunakan Instagram & Tiktok Sebagai Media Utama. *Jurnal Desain – Kajian Penelitian Bidang Desain*, 2(2), 178–190.

Thabrany, S. S., Pramesti, R. D., Kusumaasri, R. D., Halimah, M., Rahmawati, S., & Pranyoto, Y. S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Makanan Yang Representatif Dan Fungsional Bagi Pengguna. *Jurnal Poli-Teknologi*, 22(2), 39–46. *Jurnal Poli-Teknologi*.  
<https://doi.org/10.32722/pt.v22i2.5636>

The Role of Packaging in Manufacturing – A Brief Understanding. (2026). *IOSR Journal of Business and Management*, 18(12), 1–7. IOSR Journals.

THIMM GmbH. (n.d.). *Packaging materials*. THIMM – The Highpack Group. Retrieved <https://www.thimm.com/en/knowledge/packaging-materials/>

Vaidya, G., & Kalita, P. C. (2021). Understanding Emotions and their Role in the Design of Products: An Integrative Review. *Archives of Design Research*, 34(3), 5–21. <https://doi.org/10.15187/adr.2021.08.34.3.5>

Wardhana, A. (2024). *Consumer Behaviour In The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*.

[https://www.researchgate.net/publication/383464273\\_Proses\\_Keputusan\\_Pembelian\\_Konsumen](https://www.researchgate.net/publication/383464273_Proses_Keputusan_Pembelian_Konsumen)

Wheeler, A. (2023). *Designing Brand Identity (6th Edition)* ((6th ed.)). Wiley.  
<https://www.wiley.com/en-us/Designing+Brand+Identity%3A+An+Essential+Guide+for+the+Whole+Branding+Team%2C+6th+Edition-p-9781119984814>



## LAMPIRAN

### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



#### Hak Cipta :

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



# LAMPIRAN 1 KUISIONER

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

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

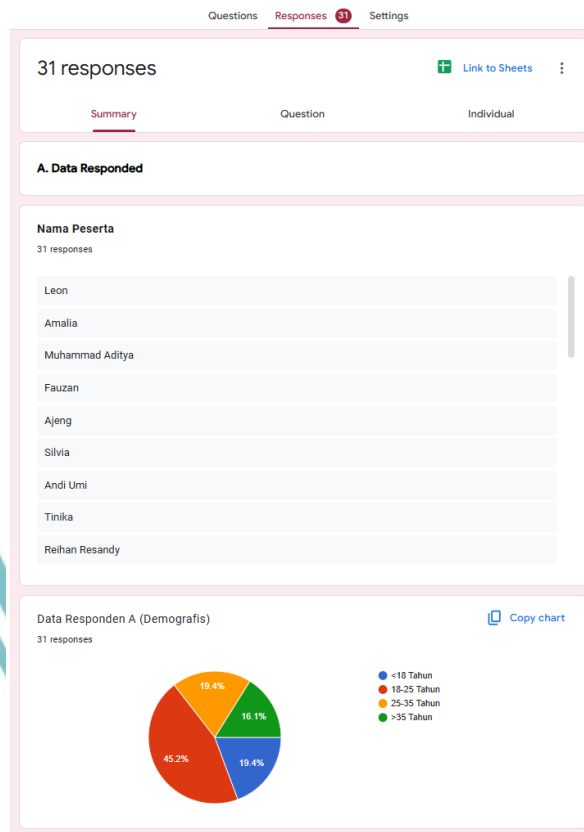


### Hak Cipta :

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

## KUISIONER

Kuesioner disebarakan kepada *target audience* yang sesuai dengan segmentasi *brand Self-Care "From Heart"*, yaitu *audience* dengan usia 15–35 tahun yang memiliki minat pada produk *self-care*. Penyebaran dilakukan melalui media WhatsApp dan Instagram menggunakan *Google Form* pada tanggal 16 Desember 2025. Jumlah kuesioner yang terkumpul sebanyak 31 responden. Proses pengumpulan data berlangsung selama 2 hari. Data yang terkumpul kemudian direkap dan dianalisis sebagai dasar pertimbangan dalam proses perancangan kemasan.



Lampiran 1.1 Halaman Hasil Kuisisioner Google form  
(Sumber: Screenshot Windows 11)



# LAMPIRAN 2

## TRANSKRIP WAWANCARA

© 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



## TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Klien: Wawancara dilakukan kepada Silvi Nathalia yang berperan sebagai klien atau pemilik *brand* dari *From Heart*. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 2 September 2025 melalui pertemuan daring Google Meet, dengan durasi kurang lebih 30 menit. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya namun tetap memungkinkan pengembangan pertanyaan sesuai kebutuhan diskusi.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 pembahasan sama klien brand self-care "From Heart"

warna udah ditentukan dari awal dan harus sesuai brand kit (jadi gak bisa ubah2 warna lagi), termasuk guideline design, tone visual, dll harus tetap konsisten sama identitas yg sudah ada

fokusnya lebih ke kemasan yg bisa melingkupi semua produk jadi satu sistem yg konsisten, gak beda2 banget antar produknya, tapi tetap satu identitas visual yg kuat dan nyambung sama konsep self-care yg hangat & personal

klien awalnya maunya simple aja, cardboard + stiker tempel sebagai identitas visual, alasannya karena lebih murah dan produksi gampang juga, jadi pertimbangannya memang budget biar tetap terjangkau

ukuran box yg direncanakan itu bentuk kotak sama sisi 25x25x5 cm (jadi modelnya flat box), supaya bisa muat beberapa produk sekaligus dan terlihat rapi kalau dijadikan packaging set

tapi setelah dipikir dan dianalisis lagi, kayaknya konsep cardboard + stiker itu masih kurang kuat buat branding, karena cuma stiker aja takutnya kurang represent karakter brand "From Heart", kesannya jadi terlalu basic dan kurang premium

secara visual juga mungkin kurang stand out dibanding brand lain, apalagi targetnya remaja – dewasa muda yg cukup peduli sama tampilan kemasan (instagramable, aesthetic, dll)

karena kemasan ini bisa dikembangkan lebih jauh sebagai media branding, bukan cuma wadah produk aja tapi juga alat komunikasi visual yg sesuai brand kit dan punya identitas yg lebih terintegrasi (BAHAN TUGAS AKHIR)

AKHIR DISKUSI----

fokus ke perancangan kemasan box 25x25x5 cm yg tetap mengikuti warna dan guideline brand kit, mempertimbangkan budget produksi yg terjangkau, tapi tetap punya nilai estetika, konsistensi visual, dan kekuatan branding yg lebih maksimal

intinya cari solusi desain yg balance biaya murah tapi tampilan tetap kuat, rapi, dan sesuai positioning brand

### 2.1. Lampiran Transkrip Diskusi Arahan Klien

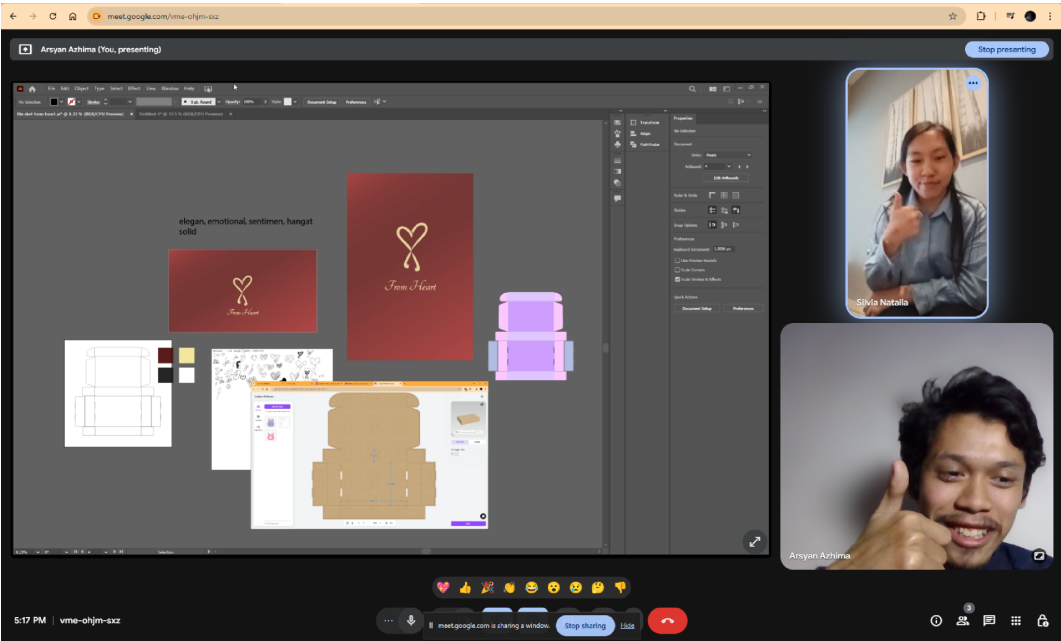
(Sumber: Screenshot Windows 11)



## © 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 2.2. Bukti Diskusi Klien  
(Sumber: Screenshot Windows 11)

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 3 TRANSKRIP VIDEO TESTING

**Hak Cipta :**

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

## LAMPIRAN VIDEO TESTING

Lampiran ini berisi dokumentasi video proses pengujian (testing) prototype kemasan Calm Box yang dilakukan kepada *target audience*. Video tersebut menampilkan proses evaluasi serta tanggapan responden terhadap aspek visual, fungsional, dan pengalaman penggunaan kemasan. Adapun dokumentasi video dapat diakses melalui tautan berikut:

<https://drive.google.com/drive/folders/14r-yqqqITXSwjISHO6geLWohdaS7eb9J?usp=sharing>



*Lampiran 3.1. Transkrip Diskusi Arahkan Klien  
(Sumber: Screenshot Windows 11)*



## LAMPIRAN 4 LOGBOOK

© 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

### LOGBOOK

| No | Nama           | Tahap Penelitian           | Materi yang dibahas                                        | Status | Tanggal Bimbingan | Catatan Pembimbing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | To-do                                                    |
|----|----------------|----------------------------|------------------------------------------------------------|--------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1  | Bimbingan ke-1 | Bab 1 Pendahuluan          | Latar Belakang                                             | Done   | October 7, 2025   | Pemilihan judul alternatif antara:<br><br>1. PERANCANGAN KEMASAN SELF CARE BRAND FROM HEART SEBAGAI UPAYA MEDIA BRANDING DENGAN MENGGUNAKAN MATERIAL EKONOMIS<br><br>2. PERANCANGAN KEMASAN SELF CARE BRAND FROM HEART SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN CITRA BRAND SERTA PENGALAMAN SELF CARE YANG LEBIH EMOSIONAL<br><br>Dikarenakan klien meminta press-budget dari produksi kemasan | Merancang Bab-1 sesuai Judul Penelitian                  |
| 2  | Bimbingan ke-2 | Bab 1 Pendahuluan          | Latar Belakang                                             | Done   | October 9, 2025   | 1. Pemilihan judul penelitian tetap<br><br>2. Pembeneran bab-1 pada Latar Belakang dan Tujuan dan Manfaat untuk lebih di jabarkan lagi dan lebih spesifik.                                                                                                                                                                                                                     | Revisi Bab-1                                             |
| 3  | Bimbingan ke-3 | Bab 2 Landasan Perancangan | Penulisan Bab 2                                            | Done   | October 17, 2025  | 1. Finalisasi Bab-1: Pengecekan isi bab-1<br><br>2. Perancangan Bab-2: Memberikan contoh penerapan konten bab-2 dan Skema Penelitian                                                                                                                                                                                                                                           | Mengerjakan Bab-2                                        |
| 4  | Bim ke-4       | Bab 2 Landasan Perancangan | Penulisan Bab 2                                            | Done   | November 12, 2025 | Pembeneran Bab-2 masih kurang spesifik dan Layout masih tertata berantakan, Penggunaan Sitasi masih kurang tepat                                                                                                                                                                                                                                                               | Merapihkan Keseluruhan Bab-2                             |
| 5  | Bimbingan ke-5 | Bab 2 Landasan Perancangan | Penulisan Bab 2                                            | Done   | November 13, 2025 | Revisi Minor, Pemberitahuan mengenai Skema Penelitian, serta Melanjutkan Bab-2                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Melanjutkan Bab-2 dan Merancang Skema                    |
| 6  | Bimbingan ke-6 | Bab 3 Metode Perancangan   | Mencari data consumer insight<br>Analisis consumer insight | Done   | December 16, 2025 | Distribusi Kuisioner serta Revisi Minor Layout Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Pengerjaan Analisis Consumer Insight serta Revisi Layout |

Lampiran 4.1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir  
(Sumber: Screenshot Windows 11)

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



## LAMPIRAN 5 TURNITIN



Hak Cipta :

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

## HASIL TURNITIN

Similarity Report ID: oid:3618:144713680

PAPER NAME

DG8D\_MUHAMMAD ARSYAN AZHIMA\_P  
ERANCANGAN KEMASAN SELF-CARE B  
RAND FROM HEART SEBAGAI MEDIA BR  
ANDING.pdf

|                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| WORD COUNT                | CHARACTER COUNT           |
| 16047 Words               | 106278 Characters         |
| PAGE COUNT                | FILE SIZE                 |
| 101 Pages                 | 1.4MB                     |
| SUBMISSION DATE           | REPORT DATE               |
| Jul 2, 2026 9:12 AM GMT+7 | Jul 2, 2026 9:14 AM GMT+7 |

● 5% Overall Similarity

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

- 4% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

Lampiran 5.1. Hasil Pengecekan Plagiarisme Turnitin  
(Sumber: Screenshot Windows 11)



## **LAMPIRAN 6**

### **DAFTAR RIWAYAT**

© 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 milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## DAFTAR RIWAYAT

**Graphic Design**  
Design tidak hanya membuat sesuatu indah tetapi juga bermakna.

**Contacts**  
0882-8961-3852  
arsyan.azhima@gmail.com

# arsyan azhima

Saya adalah desainer grafis berpengalaman dengan passion mendalam di bidang seni visual dan komunikasi.

### SKILLS

Ps Ai Id Pr

Branding Designer, Character Designer, Illustration Artist, Logo Designer, UI Designer, Video Editor.

### WORK EXPERIENCE

2022-2025

**- Project Based Learning -**

Product Label Design, Product Packaging Design, Brand Profile Book Design, Mascot Character Design, Merchandise Design, Graphic Standard Manual, 3D Design, Animated Video

2023-2025

**- Design Freelancer -**

Design Rebranding, Product Design Mockup, Product Packaging Design, Logo Design, Design Concept Sketch, Design Guideline, Manipulation Photo, Video Editing

2020-2025

**- Illustration Artist -**

Character Design, Fanart Commission, Art Trade, Traditional Art, Live2d Model Design

Lampiran 6.1. Curriculum Vitae Penulis

(Sumber: Screenshot Windows 11)