



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI PROYEK DESAIN

PERANCANGAN KEMASAN SEKUNDER KHUSUS PROMOSI SKINCARE QUICKGLAM



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

FADIYAH SABA ARIANTO

5017020052

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2022**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Kemasan Sekunder Khusus Promosi
Skincare Quickglam
Penulis : Fadiyah Saba Arianto
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 14 Juli 2022
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Nanang Wahyudi, S.Sos
NIP 520000000000000079

Dosen Pembimbing II

Drs. Djony Herfan, M.I.Kom.
NIP 22992014110319631213



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KEMASAN SEKUNDER KHUSUS PROMOSI SKINCARE QUICKGLAM

Oleh:

FADIYAH SABA ARIANTO
5017020052

Disahkan:

Depok, 02 Agustus 2022
Penguji I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds.
NIP. 199005112019032019

Penguji II

Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si
NIP. 520000000000000263

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dra. Wwi Prastiwimarti, M.M.
NIP. 196407191997022001



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam 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, Juli 2022

Yang r



Fadiyah Saba Arianto

5017020052



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar bidang usaha kecantikan mendorong banyak memunculkan usaha-usaha bidang kecantikan baru salah satunya PT Quicktest Laboratorium Indonesia. Perusahaan ini meluncurkan layanan baru yang bergerak di bidang kecantikan bernama Quickglam. Saat ini Quickglam akan meluncurkan rangkaian *skincare* yang terdiri dari *facial wash, toner, serum, day cream* dan *night cream* dengan strategi promosinya menggunakan endorser atau *influencer* untuk *unboxing* dan *review* produk. Namun kemasan yang dimiliki saat ini adalah botol dengan bahan kaca yang informasinya terbatas. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan kemasan sekunder. Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan sekunder yang sesuai dengan kebutuhan promosi *skincare* Quickglam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, survei, dan studi literatur. Pada perancangan kemasan sekunder ditentukan jenis kemasan adalah *set up box* dengan tiga bagian utama yaitu *tray* produk, *box*, dan *box cover*. Perancangan *box cover* atau desain permukaan kemasan sekunder mengangkat konsep *modern and high quality skincare solution* yang divisualkan dengan elemen tekstur produk yang membentuk pola, warna-warna cerah dengan gradasi, bentuk geometris, huruf *sans serif*, dan *background* yang memiliki efek cahaya. *Box cover* dibuat dari material *hardboard* dengan ukuran 26,3 x 21 x 4,6 cm. Pengaplikasian karya berupa desain turunan pada varian *acne, thank you card, flyer, dan paper bag*. Penelitian ini diharapkan dapat mensukseskan strategi promosi *skincare* Quickglam dan menunjang pengalaman *unboxing* bagi para endorser dan calon pelanggan.

Kata Kunci: *Skincare, Desain Kemasan, Endorse*



ABSTRACT

The growth of the beauty business market has encouraged many new beauty businesses to emerge, one of which is PT Quicktest Laboratorium Indonesia. The company has launched a new beauty service called Quickglam. Currently, Quickglam will launch a series of skincare consisting of facial wash, toner, serum, day cream, and night cream with its promotional strategy using endorsers or influencers for unboxing and product reviews. However, the packaging currently available is a glass bottle with limited information. Therefore, a secondary packaging design is needed. This study aimed to design a secondary packaging that fits the needs of Quickglam skincare promotion. This study uses a descriptive qualitative method with data collection methods through observation, interviews, surveys, and literature studies. In the design of secondary packaging, it is determined that the type of packaging is a setup box with three main parts: the product tray, box, and box cover. The design of the box cover or secondary packaging surface design raises the concept of modern and high-quality skincare solutions, visualized with product texture elements that form patterns, bright colors with gradations, geometric shapes, sans serif letters, and backgrounds that have light effects. The box cover is made of hardboard material with a size of 26.3 x 21 x 4.6 cm. The application of the work in the form of derivative designs on the acne variant, thank you cards, flyers, and paper bags. This research is expected to succeed in Quickglam's skincare promotion strategy and support the unboxing experience for endorsers and potential customers.

Keywords: Skincare, Packaging Design, Endorse

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dan tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan hingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dra. Wiwi Prastiwinarti, M. M., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Nanang Wahyudi, S.Sos., selaku Dosen Pembimbing I.
5. Drs. Djony Herfan, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II.
6. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku Penguji I.
7. Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si., selaku Penguji II.
8. Abi Sadewa, Irfan Khusaini, dan Alpian selaku teman kelas DG 8B yang selalu berbagi cerita, memberi dukungan dan bantuan pada penulisan ini.
9. Sylvi Martdiawati dan Enggar selaku narasumber brand Quickglam yang telah membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam *project* perancangan kemasan sekunder untuk Tugas Akhir.
10. Orang tua saya Dedi Arianto dan Mardiana yang selalu memberi doa, bantuan finansial, dan tidak terhitung jasanya.

Hak Cipta :

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

11. Gilang Aditya yang selalu berperan sebagai *support system* dan material selama pengerjaan tugas akhir.
12. Nugroho dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

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

Depok, Juli 2022

Fadiyah Saba Arianto





DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Pembahasan.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Kemasan	6
2.1.1 Fungsi Kemasan	6
2.1.2 Klasifikasi Kemasan.....	8
2.1.3 Desain Struktur Kemasan.....	11
2.2 Desain Grafis pada Kemasan.....	18
2.2.1 Elemen Desain Kemasan.....	19
2.2.2 Prinsip <i>Layout</i> Desain Kemasan.....	38
2.3 Metode Riset Desain Kemasan.....	41
BAB III METODE PERANCANGAN.....	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Metode Riset Desain.....	45
3.2.1 <i>Mindmapping</i>	45
3.2.2 <i>Moodboard</i>	45
3.2.3 Sketsa Kasar atau <i>Thumbnail</i>	46
3.2.4 Sketsa Halus	46

Hak Cipta :

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

3.2.5 Sketsa Digital atau Komprehensif	46
3.2.6 <i>Mockup</i>	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Wawancara	46
3.3.2 Observasi	47
3.3.3 Studi Literatur	47
3.3.4 Kuesioner	47
3.4 Data dan Fakta	48
3.4.1 Profil Klien	48
3.4.2 <i>Product Knowledge</i>	49
3.4.3 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)</i>	50
3.4.4 Kompetitor	51
3.4.5 <i>Consumer Insight</i>	57
3.5 Analisis Data dan Fakta	59
3.5.1 Analisis SWOT	59
3.5.2 Matriks SWOT	60
3.6 Arahan Kreatif	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Konsep Visual	63
4.1.1 <i>Mind Map</i>	63
4.1.2 <i>Moodboard</i>	64
4.1.3 Proses Pembuatan Struktur Kemasan	67
4.2 Proses Desain	71
4.2.1 Sketsa Kasar (<i>Thumbnail</i>)	72
4.2.2 Sketsa Halus	74
4.2.3 Desain Komprehensif (<i>Digital</i>)	79
4.2.4 Desain Terpilih	83
4.3 Pertimbangan Produksi	93
4.4 Media Turunan	95
BAB V PENUTUP	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran	99
DAFTAR REFERENSI	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kemasan <i>Disposable</i>	8
Gambar 2. 2 Kemasan <i>Multi Trip</i>	9
Gambar 2. 3 Kemasan <i>Semi Disposable</i>	9
Gambar 2. 4 Kemasan Berdasarkan Struktur Sistem Kemas	10
Gambar 2. 5 Bentuk Kemasan Buku Menyerupai Kemasan Jus	12
Gambar 2. 6 Variasi Ukuran pada Kemasan	13
Gambar 2. 7 Kemasan Konstruksi <i>Tray</i>	15
Gambar 2. 8 Kemasan <i>Set Up Box</i>	16
Gambar 2. 9 Penerapan Warna Merah pada Kemasan	20
Gambar 2. 10 Penerapan Warna Jingga pada Kemasan	21
Gambar 2. 11 Penerapan Warna Kuning pada Kemasan	22
Gambar 2. 12 Penerapan Warna Hijau pada Kemasan	23
Gambar 2. 13 Penerapan Warna Biru pada Kemasan	24
Gambar 2. 14 Penerapan Warna Ungu pada Kemasan	25
Gambar 2. 15 Penerapan Warna Coklat pada Kemasan	25
Gambar 2. 16 Penerapan Warna Hitam pada Kemasan	26
Gambar 2. 17 Penerapan Warna Putih pada Kemasan	27
Gambar 2. 18 Kemasan Berwarna Emas	28
Gambar 2. 19 Warna Abu-abu pada Kemasan	28
Gambar 2. 20 Contoh Kombinasi Ilustrasi dan Foto	30
Gambar 2. 21 Penggunaan Ilustrasi dan Foto pada Kemasan	31
Gambar 2. 22 Karakter pada Kemasan	32
Gambar 2. 23 Penggunaan Perangkat Grafis Sebagai Image pada Kemasan	33
Gambar 2. 24 Contoh huruf yang tidak <i>legibility</i> dan yang <i>legibility</i>	34
Gambar 2. 25 Contoh huruf yang tidak <i>readability</i> dan yang <i>readability</i>	35
Gambar 2. 26 Penggunaan warna pada teks yang <i>readable</i> dan tidak	35
Gambar 2. 27 contoh penerapan <i>visibility</i>	36
Gambar 2. 28 jenis huruf menurut James Craig	37
Gambar 2. 29 Keseimbangan Simetris	38
Gambar 2. 30 Keseimbangan Asimetris	39
Gambar 2. 31 Penerapan Irama pada Kemasan	39
Gambar 2. 32 Penerapan <i>Emphasize</i> pada Kemasan	40
Gambar 2. 33 Penerapan <i>Unity</i> pada Kemasan	41
Gambar 2. 34 <i>Technical Drawing</i>	44
Gambar 3. 1 Logo Quicktest	48
Gambar 3. 2 Logo Quickglam	48
Gambar 3. 3 Kemasan Primer Rangkaian Skincare Quickglam	49
Gambar 3. 4 Logo La Roche Posay	51
Gambar 3. 5 Kemasan Skincare La Roche Posay	52
Gambar 3. 6 Logo Sometinc	52
Gambar 3. 7 Kemasan Somethinc Town Skincare	54
Gambar 3. 8 Kemasan Hadiah Untuk <i>Influencer</i> dari Somethinc	54
Gambar 3. 9 Kemasan Kolaborasi <i>Skincare Kit</i> Somethinc	54
Gambar 3. 10 Logo Avoskin	55

Hak Cipta :

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

Gambar 3. 11 Kemasan Spesial Edisi <i>Valentine</i> Avoskin	56
Gambar 3.12 Kemasan Spesial Ulang Tahun Avoskin	56
Gambar 4. 1 Mindmap	64
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Project</i>	65
Gambar 4. 3 <i>Moodboard Visual</i>	66
Gambar 4. 4 Thumbnail Struktur Kemasan <i>Set Up Box</i>	67
Gambar 4. 5 Alternatif Struktur kemasan 1	68
Gambar 4. 6 Alternatif struktur kemasan 2	68
Gambar 4. 7 Alternatif Struktur 3	69
Gambar 4. 8 Bentuk <i>Tray</i>	70
Gambar 4. 9 Struktur Kemasan dengan <i>Hardboard</i>	71
Gambar 4. 10 Sketsa Kasar Konsep <i>Visual Safe and Trusted Skincare</i>	72
Gambar 4. 11 Sketsa Kasar Konsep <i>Visual Beauty is Simplicity</i>	73
Gambar 4. 12 Sketsa Kasar Konsep <i>Visual Modern and High Quality Skincare Solution</i>	73
Gambar 4. 13 Sketsa Halus 1	74
Gambar 4. 14 Sketsa Halus 2	75
Gambar 4. 15 Sketsa Halus 3	76
Gambar 4. 16 Sketsa Halus 4	77
Gambar 4. 17 Sketsa Halus 5	78
Gambar 4. 18 Desain Komprehensif 1	79
Gambar 4. 19 Desain Komprehensif 2	81
Gambar 4. 20 Desain Komprehensif 3	82
Gambar 4. 21 Desain Terpilih.....	84
Gambar 4. 22 Gambar Teknis <i>Tray</i> Produk.....	85
Gambar 4. 23 Gambar Teknis <i>Box</i>	85
Gambar 4. 24 Gambar Teknis <i>Box cover</i> dan <i>Hardboard area</i>	86
Gambar 4. 25 <i>Top Panel</i>	86
Gambar 4. 26 <i>Inside Panel</i>	87
Gambar 4. 27 <i>Left Panel</i>	88
Gambar 4. 28 <i>Right Panel</i>	88
Gambar 4. 29 <i>Bottom Panel</i>	89
Gambar 4. 30 <i>Front dan Back panel</i>	89
Gambar 4. 31 Jenis Huruf	90
Gambar 4. 32 Kode Warna.....	91
Gambar 4. 33 Perbandingan Warna <i>Background</i>	91
Gambar 4. 34 Proses Pembuatan Tekstur	92
Gambar 4. 35 Final Artwork	93
Gambar 4. 36 Mockup Kemasan.....	93
Gambar 4. 37 Mockup Pengaplikasian Aplikasi Karya Varian Acne.....	95
Gambar 4. 38 <i>Thank You Card</i>	96
Gambar 4. 39 <i>Flyer</i> atau Mini brosur.....	96
Gambar 4. 40 <i>Paper Bag</i>	97



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT.....	60
Tabel 3. 2 Arahana Kreatif.....	61
Tabel 4. 1 <i>Key Visual</i>	64





Hak Cipta :

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

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1
2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2
3. Formulir Wawancara *Online*
4. Daftar Pertanyaan dan Hasil Kuesioner
5. Gambar Teknis dan *Final Artwork*
6. *Layout Display* Karya
7. Hasil Cek Plagiarisme
8. Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar *skincare* di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan. Berdasarkan hasil survey Statista, pendapatan produk perawatan tubuh dan kecantikan di Indonesia pada 2020, nilainya hampir mencapai US\$7 miliar atau setara Rp100,02 triliun (kurs Rp14.381/US\$). Angka ini mengalami peningkatan mencapai 11 triliun sejak 2017 dan diproyeksikan akan naik ditahun 2021. Pasar *skincare* terus tumbuh didorong oleh tingginya kebutuhan pasar. Hal ini dapat dibuktikan dengan angka penjualan yang tinggi untuk kategori perawatan wajah di *e-commerce*, salah satunya *Shopee*. Sebagai contoh, produk kecantikan memiliki segmen di *Shopee* 10.10, yaitu “*Beauty Brands Day*”. Pada kategori *beauty & care* atau perawatan kecantikan, ternyata *market share* tertinggi diraih oleh perawatan wajah atau *skincare* dengan 46.8%. Dari kategori tersebut, jenis produk dengan *market share* terbesar merupakan serum, pelembab, dan pembersih wajah. Peminat *skincare* tidak hanya wanita, tetapi saat ini banyak juga pria yang menggunakan *skincare*. Hal ini dapat dilihat mulai banyaknya produk perawatan kulit khusus pria dipasaran, contoh Ms Glow Men, Kahf, dan His Erha. Dengan kebutuhan pasar yang tinggi, bisnis *skincare* dianggap sangat bagus dan menjanjikan. Banyak pelaku bisnis *skincare*, seperti Avoskin, Ms Glow, Scarlett, dan Somethinc, yang saat ini bersaing untuk berinovasi pada produk-produk Skincare.

Potensi bisnis dan pasar yang bagus pada produk *skincare* memicu perusahaan-perusahaan untuk melebarkan sayap dari usaha aslinya, seperti PT Quicktest Laboratorium Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada 2020 dan bergerak di bidang laboratorium kesehatan. Saat ini memiliki layanan bernama Quicktest yang dikhususkan pada jasa pemeriksaan kesehatan dan melakukan test Covid-19. Cabang Quicktest tersebar di Jabodetabek, Bali, Balikpapan, Medan, dan Makassar. Pada akhir 2022, Quicktest akan menutup beberapa cabang di Bali dan berfokus meluncurkan layanan baru. Layanan tersebut bergerak di bidang kecantikan, yaitu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Quickglam. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Proyek Quickglam, Sylvi menyebutkan bahwa Quickglam akan memiliki toko fisik, *e-commerce*, dan berbagai produk kosmetika. Untuk produk yang akan diluncurkan paling pertama adalah rangkaian *skincare* yang terdiri dari *face wash*, *toner*, serum, *morning cream*, dan *night cream* dengan varian *acnes* dan *brightening*.

Quickglam memiliki strategi promosi “Membangun *Hype*” pada *skincare* yang akan diluncurkan menggunakan *influencer marketing* atau sering disebut KOL (*Key Opinion Leader*). Membangun *hype* ini dinilai dapat meningkatkan penjualan awal karena dengan mengetahui produk dengan baik sebelum rilis dapat mengantisipasi menjadi lebih diminati. Menurut artikel berjudul “Cara Mempromosikan Rilis Produk Baru yang Akan Menghasilkan Penjualan Awal” pada *affde.com*, pelanggan tidak seharusnya mencari tahu tentang produk setelah produk itu masuk ke pasar. Biarkan calon pembeli bersemangat tentang produk sedini mungkin sebelum diluncurkan. Membangun *hype* dapat dilakukan dengan mempromosikan produk di media digital, seperti *website*, media sosial, dan televisi.

Pada saat ini, media digital yang paling banyak diminati dalam pencarian produk baru adalah media sosial. Di Indonesia, pengguna aktif sosial media mencapai 191 juta orang pada Januari 2022 dan akan terus bertambah (*DataIndonesia.id*). Quickglam akan menggunakan media sosial untuk promosi *hype*-nya. Dalam kegiatan promosi di sosial media, salah satu alatnya adalah konten video. Pada konten video memiliki keuntungan dibanding poster digital biasa. Sebuah video dapat membandingkan, mendemonstrasikan dan menjelaskan produk. Untuk produk yang baru dirilis, hal ini membantu calon pelanggan mengenal produk tersebut. Konten video tentunya membutuhkan *figure* untuk dapat melakukan perbandingan, demonstrasi dan penjelasan. Oleh karena itu, Quickglam akan berkolaborasi dengan para *beauty influencer* untuk membuat *hype* saat produk diluncurkan dengan konsep *unboxing* dan *review* produk.

Dalam strategi promosi Quickglam, konsep *unboxing* dan *review* tentunya membutuhkan kemasan. Produk rangkaian *skincare* Quickglam akan diberikan dalam bentuk *gift package (influence kit)* khusus untuk *endorse beauty influencer* (makro dan mikro) di daerah Jabodetabek. Rangkaian produk *skincare* tersebut

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

masih berupa lima kemasan botol dengan tulisan tercetak pada botol. Hal ini menjadi permasalahan karena untuk sampai ke tangan endorser membutuhkan pelindung dan wadah untuk menyatukannya. Melihat masalah ini, perancangan kemasan sekunder berupa boks sangat diperlukan. Walaupun bukan kemasan yang akan berpindah langsung ke tangan konsumen, sebuah konsep *gift packaging* dapat menjadi media penyampaian pesan, dan jembatan mengomunikasikan perasaan (*engagement*). Perancangan kemasan untuk keperluan khusus seperti inilah yang memerlukan desain yang baik, aplikatif, sesuai fungsi dan kebutuhannya serta tetap menarik untuk siapa pun yang mendapatkannya. Sebuah kemasan sebagai media promosi merupakan salah satu peran utama kemasan, dan peranan utama lain sebagai pelindung produk dan sebagai wadah, sehingga kemasan sekunder khusus Quickglam harus bisa melindungi isi agar tetap utuh dan dalam kondisi baik saat sampai ke tangan para *beauty influencer*. Selain itu, strategi visual pada kemasan harus menarik dan dirancang sesuai pasar serta menampilkan *brand image* Quickglam. Perancangan ini diharapkan dapat membuat sebuah kemasan sekunder Skincare Quickglam tidak hanya fungsional, tetapi juga menarik untuk promosi Quickglam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang dibahas adalah “Bagaimana cara membuat kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam yang menunjang pengalaman *unboxing*, fungsional dan menarik?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan perancangan kemasan ini, ruang lingkup pembahasan berfokus pada:

1. Proses perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam.
2. Penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam.
3. Pengaplikasian gaya desain yang sama pada media turunan, seperti *thank you card*, *paper bag*, dan *flyer*.



Hak Cipta :

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

1.4 Tujuan dan Manfaat Pembahasan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembahasan ini adalah:

1. Menjelaskan proses perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam sampai ke desain final.
2. Menjelaskan penerapan elemen dan prinsip desain kemasan pada kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam.
3. Menjelaskan proses pengaplikasian desain pada media turunan, penentuan ukuran kemasan, dan pemilihan bahan kemasan.

Manfaat yang ingin dicapai dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Akademis

Perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam ini akan menambah wawasan penulis dan dapat dijadikan bahan referensi untuk mengerjakan tugas akhir.

2. Manfaat Non-Akademis

Perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam diharapkan membantu strategi promosi Quickglam dan membantu perkembangan bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, penulis memberikan gambaran proses pembuatan tugas akhir secara utuh. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat pembahasan, dan sistematika laporan tugas akhir untuk perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tinjauan teori-teori yang digunakan dalam mendukung dan memperkuat perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam, seperti teori desain kemasan secara umum, teori khusus, dan teori pendukung. Teori-teori yang akan digunakan bersumber dari referensi, seperti jurnal, artikel, buku, dan *website*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang penjelasan metode perancangan yang digunakan dalam mencari, merumuskan, menganalisis, dan mengolah data. Data yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian, seperti data profil dan penjelasan produk Quickglam. Kemudian data tersebut akan dijadikan sebuah arahan kreatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini membahas tentang hal utama yang dilakukan dalam perancangan, seperti proses pembuatan desain mulai dari konsep visual, dan sketsa pada kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam hingga penerapan visual. Kemudian dilengkapi pengaplikasian media turunan dari desain yang dirancang.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari hasil perancangan kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam dan saran yang didapat dari pembuatan tugas akhir baik untuk pembaca maupun peneliti lain.

Hak Cipta :

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

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan yang di dapat dari proses perancangan kemasan sekunder khusus promosi skincare Quickglam dari tahap awal hingga akhir adalah sebagai berikut.

1. Perancangan ini bertujuan untuk menjelaskan proses perancangan kemasan khusus promosi skincare Quickglam sampai ke desain final. Untuk membuat desain final harus melewati beberapa proses yang dimulai dari penggalian informasi dengan wawancara kepada klien, mencari permasalahan, mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data dari observasi, survei dan studi literatur yang dilakukan sebelum memasuki tahap proses desain. Jenis kemasan sekunder yang ditentukan adalah *set up box*. Pada proses desain tahapan dimulai dari pembuatan mindmap dan moodboard berdasarkan arahan kreatif, penentuan alternatif konsep visual, pembuatan sketsa kasar dan halus, dan membuat desain komperhensif. Konsep visual yang diperoleh setelah proses desain adalah *modern and high quality skincare solution* yang divisualkan dengan *modern but playful*, minimalis, dan tegas. Terakhir dibuat desain terpilih yang akan dibuat FAW dan pengaplikasian karya mulai dari aplikasi pada varian lain dan media pendukung. Desain terpilih juga dibuat pertimbangan produksi yang terdiri dari pemilihan material *hardboad* dan *art paper* untuk *box cover*, *art carton* dan *duplex* pada *tray* dan *box* produk, dan keseluruhan kemasan menggunakan warna pantone untuk menjaga keakuratan warna cetak serta mengurangi biaya produksi.
2. Elemen dan prinsip desain grafis yang diterapkan pada perancangan desain kemasan sekunder khusus promosi *skincare* Quickglam adalah prinsip keseimbangan simetris yang terdiri dari elemen gambar tekstur produk yang terletak pada bagian tengah desain, mengelilingi logo merek dan keterangan isi kemasan serta gambar *background* berupa efek cahaya. Penggunaan elemen gambar tekstur bertujuan memberikan rasa penasaran terhadap isi kemasan



Hak Cipta :

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

sedangkan pada latar gambar dengan efek cahaya memberi maksud kegunaan produk untuk membuat kulih sehat dan bercahaya. Prinsip penekanan pada area utama didapat dengan memperbesar ukuran logo sehingga nama merek lah yang menjadi fokus pada desain, hal ini untuk meningkatkan *brand awareness*. Pada teks pendukung di kedua area digunakan jenis huruf *sans serif* agar mudah dibaca. elemen desain lain adalah penggunaan pola dengan prinsip irama pada panel dalam untuk memberi kesan *fun*. Sedangkan ikon atau simbol digunakan gaya *outline vector* yang tegas dan jelas. Secara keseluruhan desain didominasi warna merah muda pada *master design* dan aplikasinya untuk menonjolkan kesan cantik.

3. Konstruksi kemasan adalah *set up box* yang berbentuk kotak dengan bukaan kesamping kiri yang menyatu dengan wadah utama. Memiliki tiga bagian yaitu *tray, box, dan box cover*. Ukuran yang ditentukan adalah sebagai berikut; *box cover* 26,3 x 21 x 4,6 cm, *box* 26 x 20 x 4,5 cm, dan *tray* dalam 24 x 18 x 2 cm. Material yang digunakan pada setiap komponen berbeda. Intuk bagian rangka *box cover* menggunakan *hardboard* dengan ketebalan 2,5 mm dan dilapisi kertas jenis *art paper* laminasi *doff* dengan ketebalan 150 gram. Sedangkan bagian *box* menggunakan *duplex* dengan tebal kurang lebih 310 gram yang dilapisi stiker berwarna berbahan *vynil*. Untuk *tray* produk digunakan *art carton* 310 gram tanpa laminasi. Teknik cetak yang saat ini digunakan adalah *digital printing* dengan tiga warna cetak *pantone*. Hal ini dikarenakan jumlah produksi untuk market *test* terlebih dahulu sebelum cetak massal sehingga digital printing dengan tiga warna *pantone* saja lebih murah. Saat cetak massal digunakan teknik cetak *offset* untuk keseluruhan *set up box*. Pengaplikasian karya diterapkan pada varian *acne, thank you card, flyer, dan paper bag*.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan kepada penulis untuk penelitian sejenis di bidang perancangan desain kemasan maupun saran untuk *brand* kecantikan Quickglam adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk mahasiswa dengan penelitian yang sejenis untuk melakukan penggalan informasi secara mendalam pada klien untuk menemui



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

permasalahan yang ada pada desain, selain itu pengumpulan data dari berbagai sumber juga perlu diteliti dengan baik agar desain yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pasar maupun konsumen.

2. Walaupun klien adalah perusahaan, perancangan desain juga perlu mempertimbangkan seekomonis mungkin sehingga tidak memberatkan klien tetapi tetap bagus desainnya.
3. Saran untuk brand kecantikan Quickglam agar lebih mempersiapkan informasi mendalam terkait strategi peluncuran produknya maupun *brand guideline* atau *brand image*-nya sehingga tidak ada kesalahpahaman atau misinformasi dari berbagai pihak.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Du Puis, Steven (2008). *Package Design Workbook*. Massachusetts: Rockport Publisher Inc.
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, & Strategi Pengemasan Produk Untuk Branding Dengan Hasil Maksimal*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Julianti, S. (2017). *Mastering Packaging for E-commerce: Strategi dan Teknik Mengemas Produk secara Aman dan Mengesankan*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Klimchuk, M. R. (2012). *Packaging Design Successful Product Branding from Concept to Shelf*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Riani, Laksmi Asri & Widyamurti, Nidyah. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Pembuatan Desain Kemasan*. Badan Ekonomi Kreatif
- Wahyudi, Nanang, & Sonny, Satriyono. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Jurnal

- Andelina, Ika R. (2019). *Analisis Elemen Visual Pada Desain Kemasan Chitato Rasa Sapi Panggang*. Jurnal Titik Imaji, 2(1) 33-43.
- Erlyana, Y., & Nadya. (2018). *Analisis Desain Kemasan Mi Instan Edisi Khusus Indomie Tempo Doloe*. Jurnal Titik Imaji, 1(1) 17-29.
- Gumulya, D., & Onggo T.A. (2016). *Kajian Elemen Visual Pada Desain Kemasan Produk Perawatan Kulit Wanita*. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, 1(2), 137-150.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Indrawan, A., Triyadi, A., & Adityawan, O. (2018). *Perancangan Desain Kemasan Koffie Prabu Sebagai Media Promosi Kopi Gula Aren*. Jurnal Sketsa, 5(2), 11.

Nur, Senjaya Asri., Sandika F., & Setiawan (2022). *Perancangan Kemasan (Packaging) Produk Topi Di Perusahaan Geoffmax*. e-Proceeding of Art & Design, 9(1), 255-266.

Sudjana. (2020). *Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan: Efektivitas Pelindungan Desain Industri atau Merek)*. Jurnal Ecodemica, 4(1), 117-126.

Website

Adminlina. *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. Februari 2022.

<https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/> (diakses 15 Maret 2022, 10:00)

Afika Luqi. *Tipografi*. Oktober 16, 2021. <https://www.yuksinau.id/tipografi/> (diakses 8 Mei 2022, 10.09)

Cara Mempromosikan Rilis Produk Baru yang Akan Menghasilkan Penjualan Awal. (n.d) Maret 1, 2021. Affde.com. <https://www.affde.com/id/promote-new-product-releases.html> (diakses 15 Maret 2022, 10:02)

Ekarina. *Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi*. November 10, 2020.

<https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi> (diakses 15 Maret 2022, 10:05)

Karton PaperBoard/HardBoard Tebal Berkualitas. (n.d). blog.ikajaya.com.

<https://ikajaya.blogspot.com/p/karton-paperboard-hardboard-tebal.html> (diakses 10 Mei 2022, 10:00)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lukihardianti Arie. *Pendapatan Industri Kecantikan Indonesia 2020, Capai Rp 99 T*. Maret 1, 2021. <https://www.republika.co.id/berita/qpa4dj396/pendapatan-industri-kecantikan-indonesia-2020-capai-rp-99-t> (diakses 15 Maret 2022, 09.59)

Mahdi M. I. *Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik*. Maret 2, 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pendapatan-produk-kecantikan-di-indonesia-diproyeksi-terus-naik> (diakses 15 Maret 2022, 09.59)

Mahdi M. I. *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Februari 2, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik. (n.d) kemenperin.do.id. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> (diakses 15 Maret 2022, 10:01)

Produk Skincare untuk Luar dan Dalam Sesuai Permasalahan Kulit Orang Indonesia. Maret 2, 2022. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4877223/produk-Skincare-untuk-luar-dan-dalam-sesuai-permasalahan-kulit-orang-indonesia> (diakses 15 Maret 2022, 10:00)

Putri Vanya Karunia M. *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Contohnya*. April 21, 2021. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/21/132024669/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-contohnya?page=all> (diakses 8 Mei 2022, 16:40)

Ramadhani Farah. *Data Penjualan Shopee 10.10: Penjualan Produk Naik Hingga 14x Lipat!*. November 8, 2021. <https://compas.co.id/article/penjualan-shopee-10-10/> (diakses 15 Maret 2022, 10:01)



© 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

Rigid Boxes. (n.d).

storaenso.com.<https://www.storaenso.com/en/products/corrugated-packaging-solutions/rigid-boxes> (diakses 9 Mei 2022, 12:12)

Rostanti Qommarria. *Produk Kecantikan Lokal Makin Diminati Konsumen.* Mare 17, 2021. <https://www.republika.co.id/berita/qq43s5425/produk-kecantikan-lokal-makin-diminati-konsumen> (diakses 15 Maret 2022, 10:00)

Sawa Bartholo Bush. *Teori Tipografi Jenis Huruf Part 1.* Juni 3, 2014. <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1> (diakses 8 Mei 2022, 16:50)

Seberapa efektif iklan di media sosial?. (n.d) Februari 12, 2021. Affde.com. <https://www.affde.com/id/ads-on-social-media.html> (diakses 15 Maret 2022, 10:03)

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		fadiyah saba arianto	
NAMA PEMBIMBING		Nanang Wahyudi	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	Kamis, 31 Maret	Penjelasan Bab I sampai Bab III	Membuat latar belakang sesuai arahan pembimbing
2	Senin, 11 April	masukan untuk kerangka alur cerita latar belakang	membuat ulang latar belakang sesuai masukan
3	Kamis, 14 April	Latar belakang sudah cukup, tinggal mengganti dan menghilangkan beberapa kalimat, memberi masukan	merevisi latar belakang kemudian menyusun bab 2 dan mencari buku yang disarankan
4	15 Mei	Asistensi bab 2-3, tanda tangan untuk sempro	memperbaiki swot dan consumer insight sebelum sempro dan membuat presentasi
5	22 mei	briefing bab 4-5	membuat mindmap dan moodboard
6	3 Juni	Asistensi mindmap dan moodboard	memperbaiki mindmap dan moodboard lanjut ke pembuatan struktur-paralel dengan sketsa kasar
7	15 juni	konsultasi pembuatan struktur	membuat prototipe struktur sesuai dengan bahan yang disarankan.
8	20 juni	asistensi bentuk dan ukuran struktur terpilih dan area desainnya	Uji coba memasukkan produk dengan struktur yang dibuat
9	29 juni	melaporkan hasil uji struktur dan didokumentasikan	melengkapi sketsa kasar
10	30 juni	asistensi sketsa kasar dan revisi ukuran cover box	lanjut ke sketsa halus dan membuat technical drawing untuk semua bagian
11	3 juli	asistensi sketsa halus dan memperbaiki penjelasan di laporan	membuat desain komprehensif
12	9 juli	asistensi desain komprehensif dan penjelasannya	membuat desain terpilih, faw, pertimbangan produksi sampai media pendukung
13	12 juli	mengubah urutan pengetikan, dan diskusi penggunaan warna cetak	merampungkan draft TA dan meminta persetujuan pembimbing untuk daftar sidang

Hak Cipta :

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



2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2

Hak Cipta :

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

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		fadiyah saba arianto	
NAMA PEMBIMBING		Djony Herfan	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	Kamis, 7 April	outline cukup jelas, saran perubahan judul TA	Merubah judul TA sesuai hasil diskusi
2	Sabtu, 16 April	memeriksa latar belakang, mengubah penggunaan bahasa dan kata tertentu	merevisi latar belakang sesuai arah, melanjutkan bab 2
3	13 Mei	asistensi penulisan untuk sempro	memperbaiki penulisan dan ukuran gambar
4	selasa, 12 juli	memperbaiki ukuran gambar, spacing, salah ketik	perbaiki dan menambah lampiran postliminaries untuk tanda tangan
5			
6			
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3. Formulir Wawancara *Online*

Boleh perkenalan dulu nama lengkap bapak/ibu dituliskan dibawah beserta perannya dalam perusahaan PT Quicktest atau brand Quickglam^^

2 jawaban

Enggar - Social Media Specialist (Sr. Designer)

Sylvi Martdiawati - Marketing Communication Manager

Bagaimana awal mula atau latar belakang berdirinya brand Quickglam?

2 jawaban

Tanya Ibu Irawati selaku CEO PT Quicktest Laboratorum Indonesia

Ingin memberi solusi akan kebutuhan skin care dan kosmetik yang lebih simple tapi glamour

Apa Image atau citra apa yang ingin ditunjukkan brand Quickglam? (bisa arti nama, harapan brand, dan branding yang ingin dicapai)

2 jawaban

Citra yang ingin kami berikan adalah

1. Reasonable Price with high quality, services & product (quickglam menawarkan service dan produk dengan range harga yang affordable dan berkualitas, jadi semua orang dapat memiliki kulit yang cantik dan indah)
2. Simplicity (tidak seperti brand kecantikan lain, Quickglam mengerti tidak hanya apa yang dibutuhkan tapi juga apa yang konsumen inginkan. Simple but works)
3. Quick Solution (melalui simplicity dan quality Quickglam akan memberikan solusi untuk pria maupun wanita yang mendukung aktivitas gaya hidup dan hiburan mereka)

Simple way to beauty



© 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

Saat ini produk apa saja yang tersedia di Quickglam?

2 jawaban

Acne Series, Brightening Series, Anti Aging Series, Decorative Series and Additional Series

Rangkaian skin care (facial wash, toner, serum, day cream, night cream, eye gel, cleansing milk) dan decorative make up (loose powder, eye shadow, eyeliner, blush on highlighter, lip cream, lip stick, lip tint, tinted moisturizer)

Bagaimana spesifikasi produk skincare quickglam (boleh melampirkan link untuk foto jikalau ada)

2 jawaban

Terlampir di wa

BPOM and halal certified dengan menggunakan ingredients yang aman dan against animal testing. Manfaat dari masing-masing produk juga di spesifikasikan untuk kebutuhan kulit masyarakat Indonesia

siapa saja yang menjadi konsumen atau target quickglam?

2 jawaban

Pria Wanita (dominan wanita), 25-35th, B-A, Jabodetabek dan kota kota besar, peduli akan penampilan serta kesehatan dan perawatan kulit, muda dan profesional, lifestyle enthusiast

Middle to High (B to A)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

siapa saja yang menjadi konsumen atau target quickglam?

2 jawaban

Pria Wanita (dominan wanita), 25-35th, B-A, Jabodetabek dan kota kota besar, peduli akan penampilan serta kesehatan dan perawatan kulit, muda dan profesional, lifestyle enthusiast

Middle to High (B to A)

siapa kompetitor atau pesaing dari produk skincare quickglam?

2 jawaban

Wardah, ms glow, avoskin

Somethinc, la roche posay, avoskin

Bagaimana Quickglam memasarkan produknya? Apakah ada strategi promosi tertentu?

2 jawaban

Promosi di media digital maupun cetak, KOL, ATL maupun BTL

Dengan reseller program, social media, ecommerce, dan KOL marketing

NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Melihat kebutuhan promosi brand quickglam, apakah ada keinginan dan atau saran untuk desain kemasan khusus promosi nantinya?

2 jawaban

Desain lebih simpel, modern, bold neutral colour playful

Simple but stand out

Apakah ada pesan yang ingin disampaikan ke benak para target kemasan quickglam?

2 jawaban

kami ingin agar target kami menjadi confident, self love, be bold and productive

High brand like chanel or dior can be reference

Adakah mandatory (hal yang harus atau tidak boleh) atau arahan kreatif dari brand Quickglam untuk produknya? (bisa melampirkan link untuk brand guideline atau dijelaskan)

2 jawaban

bold, neutral, blocking colour and playful

Warna mengikuti guide line pantone yang ada, design simpel tp classy not cheesy or over the top. Use fine materials for packaging

Adakah claim marketing yang digunakan quickglam? (misalnya teks iklan seperti tagline, atau "memutihkan 1 malam", dan lain sebagainya)

2 jawaban

#MakeltSimple or #SimplyLookFine #QuickglamQuickway

Simple Way To Beauty



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

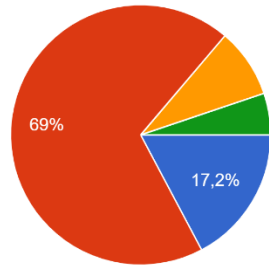
Hak Cipta :

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

4. Daftar pertanyaan dan Hasil Kuesioner

Berapa usiamu?

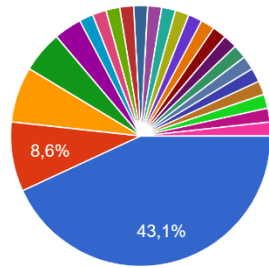
58 jawaban



- 18 sampai 21 tahun
- 22 sampai 26 tahun
- 26 sampai 30 tahun
- diatas 30 tahun

Domisili kamu tinggal (sebut kota jika diluar Jabodetabek)

58 jawaban

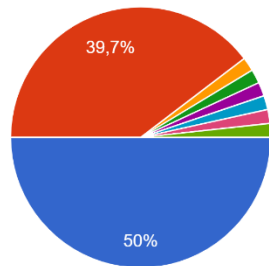


- Jabodetabek
- Surabaya
- Bandung
- Malang
- Yogyakarta
- Kota Malang
- Karawang
- bengkulu

▲ 1/3 ▼

Status Pekerjaan

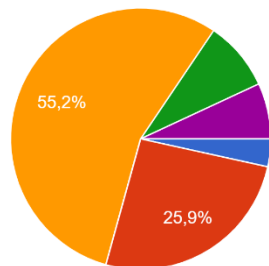
58 jawaban



- Pekerja
- pelajar atau mahasiswa
- Freelancer
- Wirausaha
- Menganggur
- Freelance
- Freelancer dan Mahasiswa
- Wiraswasta

Darimana anda mencari informasi yang berhubungan produk skincare? (misalnya merek, kegunaan, varian/seri/jenis, ulasan, dan lain-lain)

58 jawaban



- Iklan (misalnya spanduk, poster di jalan, iklan di TV dan media sosial lain)
- Rekomendasi teman
- Sosial media (Youtube, instagram, tiktok, dan facebook)
- Browsing e-commerce
- Browsing search engine (mozilla, google, yahoo, dll)



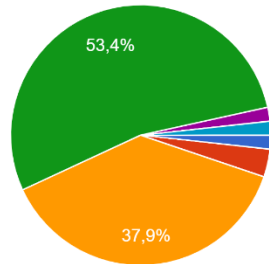
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Apa hal yang paling anda perhatikan saat memilih produk skincare?

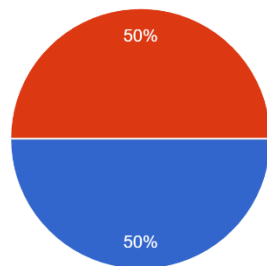
58 jawaban



- Desain Kemasan
- Harga produk
- Kandungan & bahan produk
- Ulasan (review) produk
- produk baru ingin coba-coba
- Fungsi atau manfaat dari produk skincare tersebut

Apakah kamu pernah membeli skincare kit (paket lengkap)?

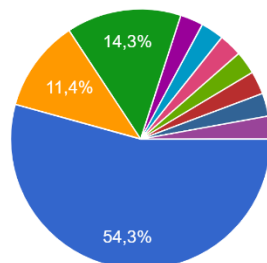
58 jawaban



- Ya, pernah
- tidak pernah

Jika memilih ya, apa alasanmu membeli skincare kit?

35 jawaban

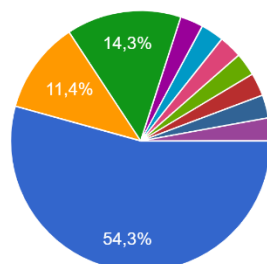


- harganya lebih murah
- kolaborasi dengan artis, brand, atau fil...
- kemasannya lebih menarik
- hadiah saat membeli kit
- Karna manfaatnya yang akan lebih m...
- Kegunaannya
- Untuk menjaga dan memulihkan kulit
- Saat masih pemula, masih bingung un...

▲ 1/2 ▼

Jika memilih ya, apa alasanmu membeli skincare kit?

35 jawaban



- harganya lebih murah
- kolaborasi dengan artis, brand, atau fil...
- kemasannya lebih menarik
- hadiah saat membeli kit
- Karna manfaatnya yang akan lebih m...
- Kegunaannya
- Untuk menjaga dan memulihkan kulit
- Saat masih pemula, masih bingung un...

▲ 1/2 ▼



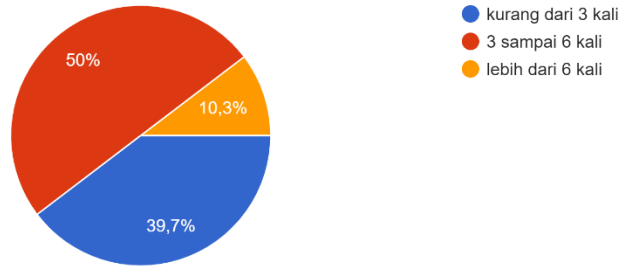
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

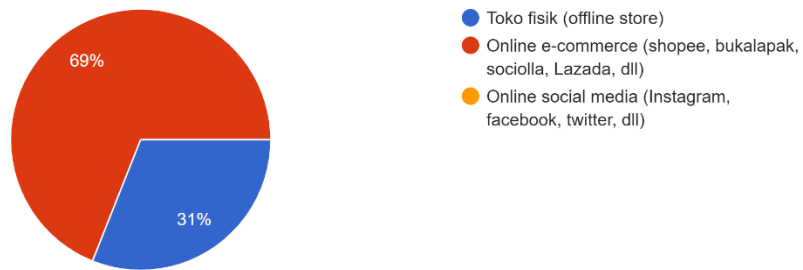
Seberapa sering membeli skincare dalam 1 tahun?

58 jawaban



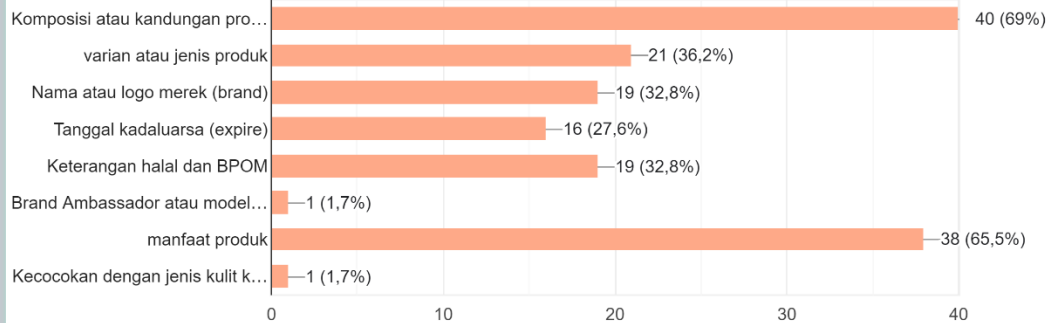
Dimana anda biasanya membeli skincare?

58 jawaban



Informasi apa yang paling utama ingin kamu lihat dan ketahui saat memilih produk skincare?

58 jawaban





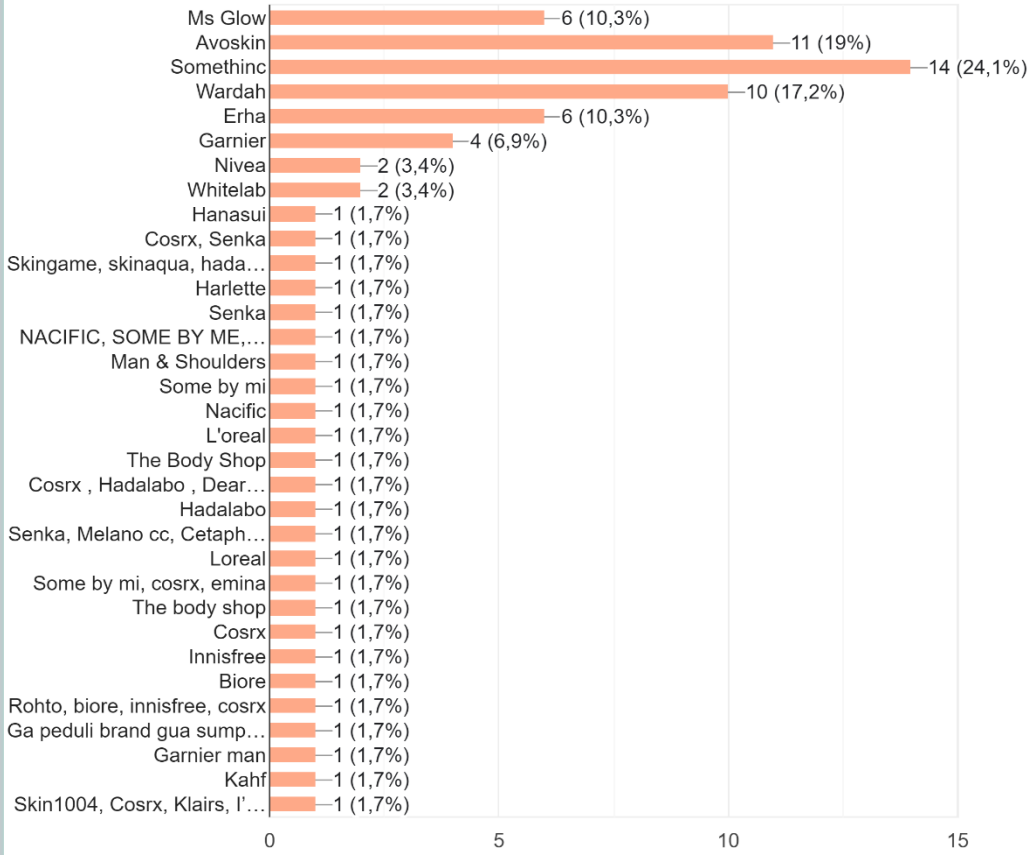
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

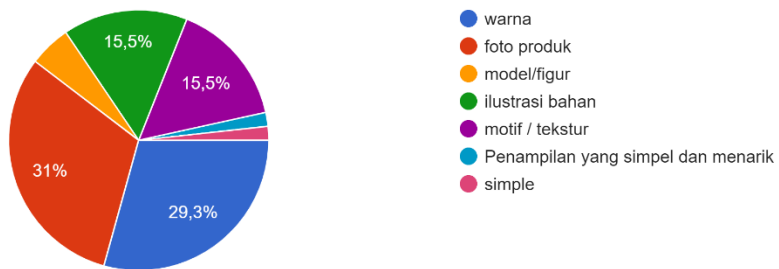
Merek atau brand apa yang biasa anda gunakan untuk produk skincare anda?

58 jawaban



Elemen visual apa yang paling menarik dari kemasan skincare bagi anda?

58 jawaban





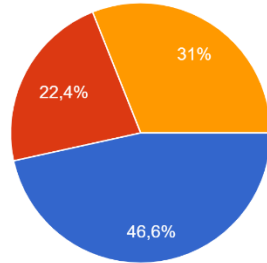
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Apabila anda membuka (unboxing) kemasan, apa yang dapat memunculkan excitement anda pada produk skincare tersebut?

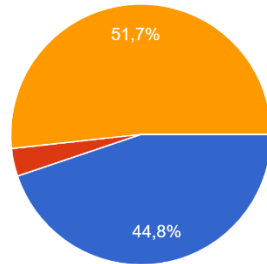
58 jawaban



- Kemudahan membuka, menutup, menyimpan, dan digunakan kembali
- Komponen unik dan penuh kejutan (misal : ditarik seperti laci, ada pop up dan lain-lain)
- Konsep desain seperti tampilan visual (warna, gambar, tulisan, ilustrasi) didalamnya

Apakah anda mengulas penggunaan dan membagikan skincare anda gunakan di media sosial pribadi anda?

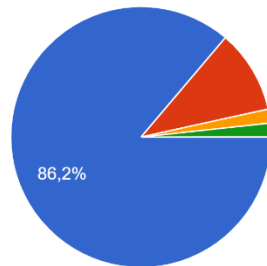
58 jawaban



- Ya, kadang-kadang
- Ya, setiap produk skincare yang saya gunakan
- Tidak

Apakah anda merekomendasikan produk skincare yang ada gunakan pada orang lain?

58 jawaban



- kadang-kadang ke teman atau saudara
- tidak pernah
- Untuk sejauh ini saya belum pernah merekomendasikan produk skincarr yang saya gunakan pada orang lain karena kebanyakan orang terdekat saya sudah memiliki produk skincare yang sesuai atau cocok dengan mereka
- Mending buat sendiri dah, takut ga cocok buat yg lain



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa alasan anda memilih brand tersebut

58 jawaban

Review
kualitasnya bagus, banyak yg review & cocok dikulit saya
Manfaat dan kandungan produk jelas,review bagus dan sesuai kebutuhan kulit
Dari beberapa produk skincare yang telah dicoba, produk Nacific lebih cocok untuk merawat, menjaga dan memulihkan kulit wajah saya, terutama dari jerawat...
cocok dan mudah ditemukan
produk cocok dengan kulit
Karena kandungannya sesuai dengan kondisi kulit wajah saya dan harganya juga terjangkau.
jarang pake si, paling pake punya nyokap
Review yang bagus dan kualitas yang terjamin
Sudah familiar
Cocok sama kulit dan tidak menimbulkan iritasi
Lebih cocok dibanding yg lain
Tidak berefek detox
Kandungan produk skincare yang bagus
Tersedia banyak di toko offline maupun online, harga terjangkau, cocok di kulit, testimoni yang cukup baik beredar di sosmed/internet
Ulasan bagus, harga terjangkau
Rekomendasi teman dan sosmed
Karna produk ² dari brand tersebut cocok dengan saya
aman dikulit saya, harga cocok dikantong
Cocok di kulit
Kandungan, manfaat, dan harga
Review bagus dan cocok
"bermerk"
Sudah dipakai sejak lama



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa alasan anda memilih brand tersebut

58 jawaban

Cocok
Kandungan alami dan cocok untuk kulit sensitif dan berjerawat
kualitas
Cocok Sama Kulit
Produk lokal yang kebetulan cocok untuk kulit saya
Cocok dengan wajah setelah beberapa kali mencoba brand lain
Efektif untuk kulit
Sesuai dengan kebutuhan
Karena sudah terkenal dan terpercaya
Cocok di tipe kulit saya
Karena cocok untuk saya
Sudah terbiasa
cocok aja
alasanya dikarenakan rekomendasi dari teman dan kebetulan saya nyaman memakainya
merknya bagus
cocok dengan kulit, suka wanginya
terasa soft dikulit
Cocok aja pas nyoba, jarang ganti2
Cocok dibanding produk yg pernah dicoba
Merk terpercaya
Terjamin
Sudah terbiasa memakai produk tsb, cocok dengan produk tsb
Karena cocok dikulit
Karena kulit saya berjerawat dan merasa cocok saat memakai produk The Body Shop yang mengandung tea tree oil
Formulasi produk brand tersebut cocok dengan kondisi dan kebutuhan kulit saya. Banyak brand dan pabrik tertentu tidak cocok di kulit saya, jadi saya tidak membeli/ menggunakan produk apapun dr brand atau pabrik tersebut. (Contoh: Innisfree & Laneige jatuh dibawah Amore Pacific, jadi saya tidak menggunakan produk dari Amore Pacific sama sekali karena tidak cocok)



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa alasan anda memilih brand tersebut

58 jawaban

pabrik tersebut. (Contoh: Innisfree & Laneige jatuh dibawah Amore Pacific, jadi saya tidak menggunakan produk dari Amore Pacific sama sekali karena tidak cocok)

karena cocok dengan kulit

Cocok dan murah

Kecocokan dan manfaat

Bagus untuk jenis kulit kering

Karena mereknya sudah jelas boom dan halal, kemudian kandungannya sesuai dengan kebutuhanku.

Banyak review bagusya dan cocok

Saat mencoba seminggu, dampaknya terlihat dikulit saya.

Karena cocok untuk wajah, kemasannya menarik dan bagus.

Apabila anda membuka / unboxing kemasan, apa yang anda harapkan? (misalnya produk tetap utuh, mudah dibuka, terlihat rapi, dan lain-lain) silahkan diceritakan

58 jawaban

rapih dan aman

ya

Saat unboxing yang selalu diharapkan produk tiba dengan baik tanpa cacat, masih tersegel, penggunaan yang mudah dan aplikator yang baik

Produk masih tersegel, mudah dibuka, produk utuh, rapi dan terlihat bersih

msih dalam segel dan blm mencapai exp date

Kemasan produk tidak bocor atau rusak

Kemasannya menarik (estetik) dan steril.

Semoga lengkap tanpa cacat, itu aja

tetap utuh. no leaks

Produk tidak rusak

Ya ada produknya

Mudah dibuka dan terlihat tetap rapih ketika dibuka.

Kemasan yg bagus & tidak sulit saat dibuka

Produknya utuh dan rapih

Produk utuh, kemasan rapat dan rapih

Produk utuh dan tidak tumpah/bocor dari kemasannya, mudah mengeluarkan produk dalam jumlah yang pas untuk satu kali pemakaian, produk tetap higienis dan aman meskipun digunakan berkali kali

produknya terlihat elegan, mudah untuk melihat nama merk

Mudah dibuka dan produk tetap utuh tidak ada cacat atau tumpah.



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apabila anda membuka / unboxing kemasan, apa yang anda harapkan? (misalnya produk tetap utuh, mudah dibuka, terlihat rapi, dan lain-lain) silahkan diceritakan

58 jawaban

Barang aman, tidak pecah atau tumpah. Dan apabila pengiriman dari luar kota, sy harap produknya dipakaikan buble wrap
instagramable buat difoto, harus rapi produknya gk rusak juga
Produk utuh, masih ada segel
Produk tetap utuh
Produk utuh, tidak cacat atau ada goresan, rapi
Sebuah produ yang dibeli
Terlihat rapih, produk tetap utuh.
Mudah dibuka dan terlihat rapi
Produk tetap utuh, tidak ada cacat, segel mudah dibuka
tidak terjadi cacad di produk
Raoi
Produk tetap utuh, rapi, tidak mudah bocor, mudah dibuka
Produk rapi dan tidak ada kerusakan
Mudah dibuka dan digunakan
Kemasan yang bersinergi dengan produk (misal produk sabun yang tembus pandang), kemasan yang bisa menunjukkan produk secara tidak langsung (aroma produk), efektifitas produk (mudah dibuka atau mudah digunakan atau mudah diaplikasikan).
Produk tetap utuh dan praktis
Produk tetap utuh, ketika di buka tidak ada sisa yang menempel di dalam atas tutup. Rapi
produk sesuai dengan gambar dan ukurannya
Utuh, seal aman, dan isi tetap sempurna sesuai yang tertera di kotak sebelum unboxing
gak ribet
sangat mengharapkan produk tetap utuh dan rapi, karena jika tidak rasanya seperti membeli barang bekas atau rusak
mudah di buka dan mudah di gunakan ga ribet
box tidak rusak, produk tersegel
mudah dibuka
Gampang di buka tapi isinya ttp aman ga tumpah/rusak dan gampang jg dipakenya
Utuh



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apabila anda membuka / unboxing kemasan, apa yang anda harapkan? (misalnya produk tetap utuh, mudah dibuka, terlihat rapi, dan lain-lain) silahkan diceritakan

58 jawaban

1). Packaging Produc yang rapi: 2) Warna kemasan tidak norak; 3) tempat yang menarik dan rapi

Produk aman rapi dan tidak pecah

Kemasan produk utuh

Sesuai dengan foto produk

Produk rapi, mudah dibuka, tidak palsu

Produk menggunakan kotak yang eco friendly, bisa di recycle. Tidak menggunakan lakban/ sticker di kotak yang tidak bisa di recycle/ susah di lepas. Produk tidak pecah dan tumpah.

terlihat rapi

Aman, mudah dibuka dan utuh

Produk tetap utuh, penggunaan kemasanx ga ribet dan ga gampang pecah, warna kemasan yg imut2

Produk tetap utuh, rapi,

Mudah di buka dan clean.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

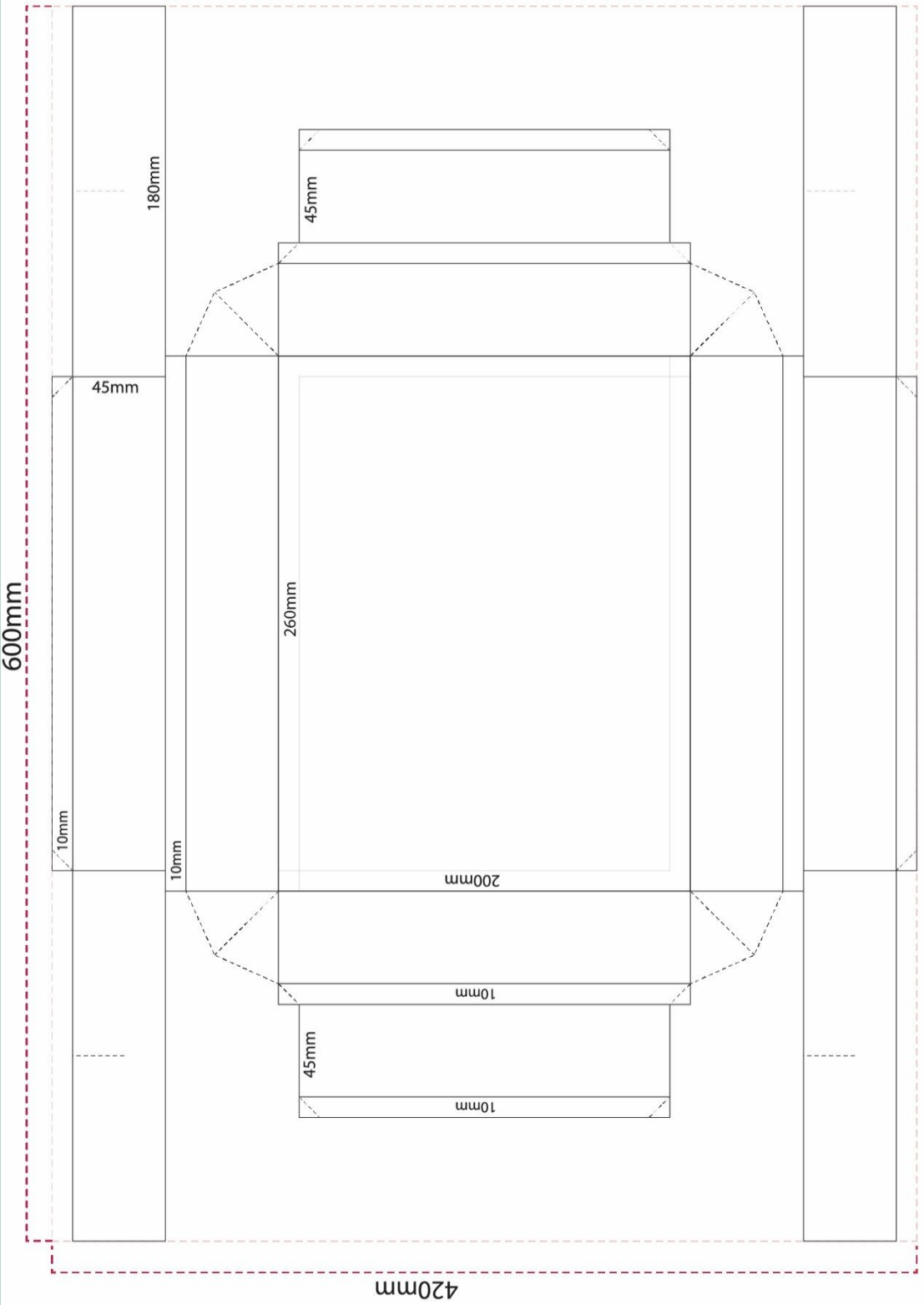


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Gambar Teknis dan *Final Artwork*

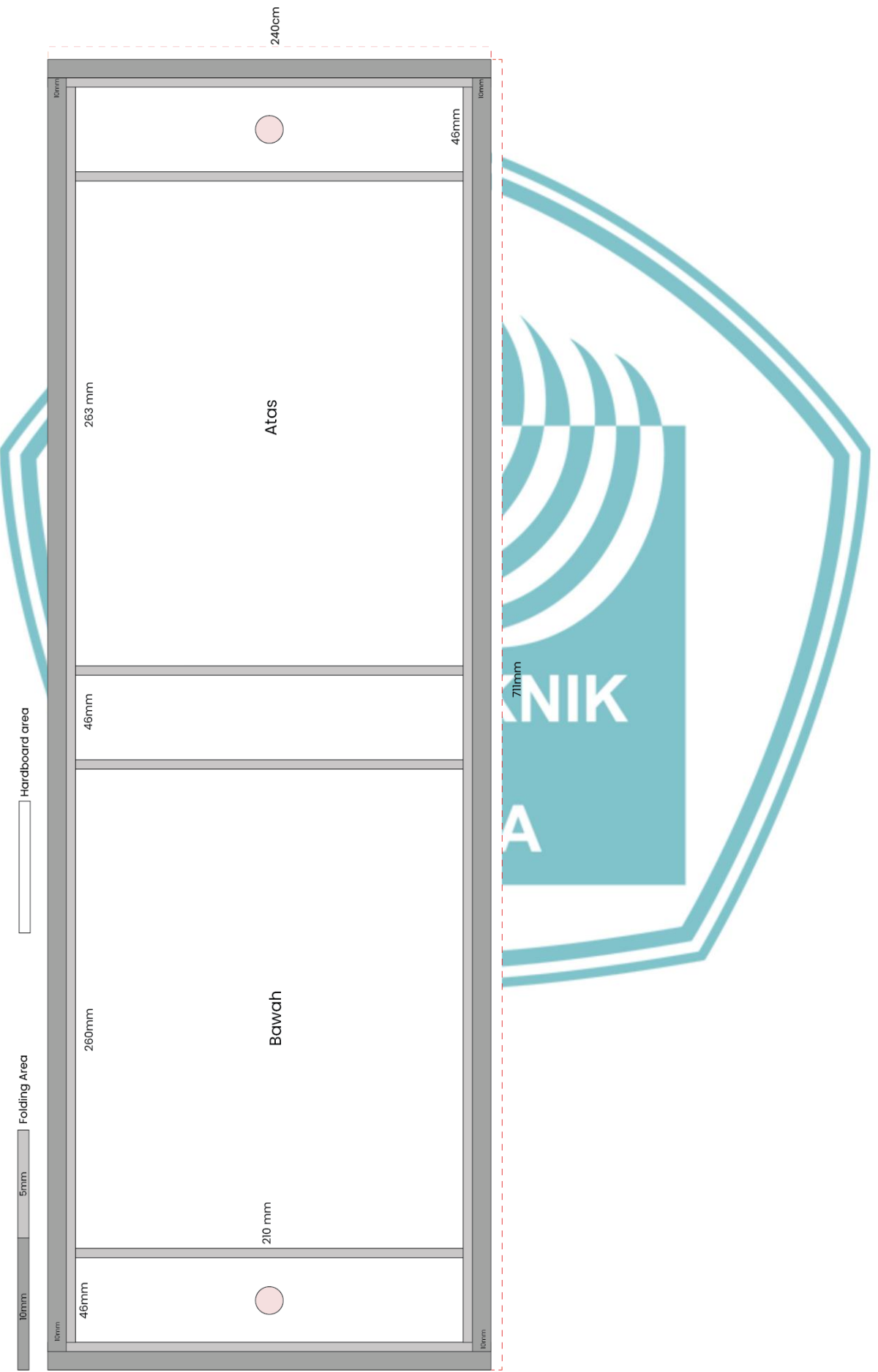




Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Simple looks good.

QUICKGLAM
SIMPLE WAY TO BEAUTY

Skincare Brightening Series
Facial Wash
Serum
Day & Night Cream

Specially formulated by experts to help treat dull, brighten skin, moisturize, and deglaze with natural active ingredients: Niacinamide and Licorice Extract.

“
You don't have to use a lot of products to get great result. You just have to use the right products for your skin type.
”

Renée Rouleau, Celebrity Esthetician

QUICKGLAM

PT. QUICKGLAM INDONESIA
Jl. Cendekia No. 100, Cendekia, Jakarta Barat 12130
Telp. (021) 51000000
www.quickglam.com
www.quickglam.com

711mm

240mm





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

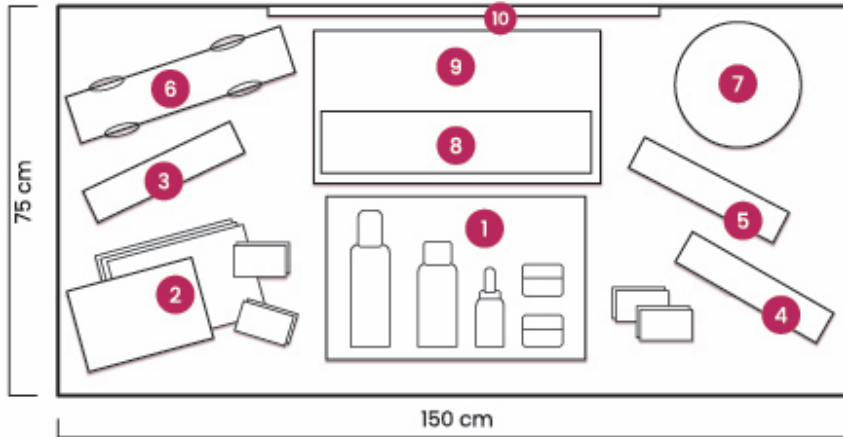
Hak Cipta :

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



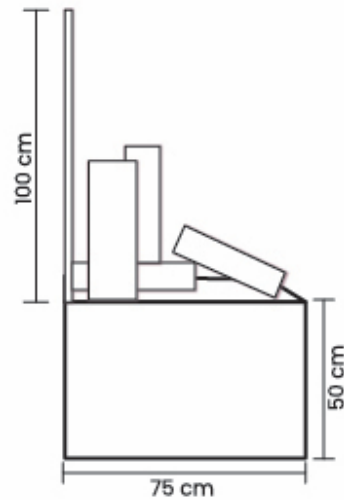
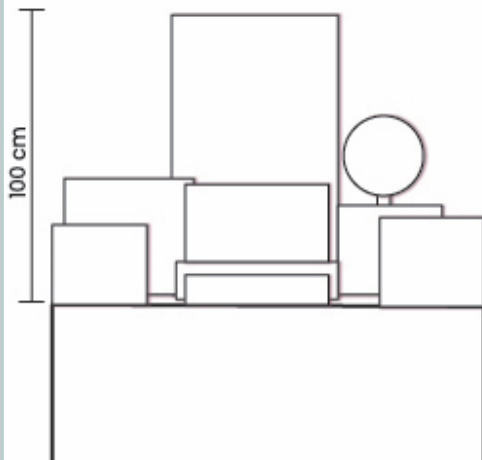
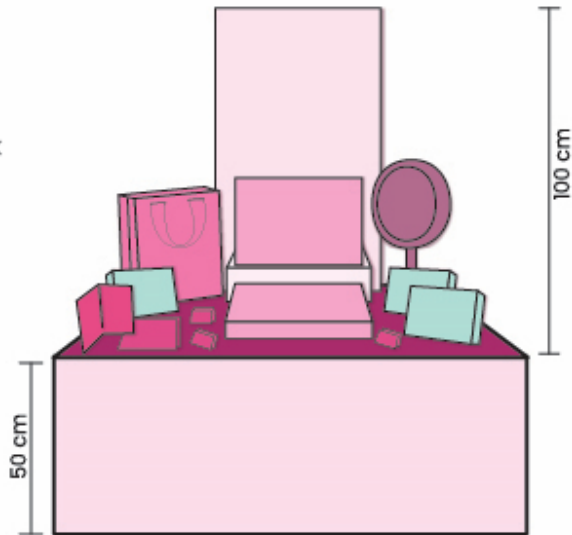
6. *Layout Display Karya*

LAYOUT DISPLAY KARYA



Keterangan :

1. Tray Produk Skincare
2. Media Pendukung (flyer dan Thank You Card)
3. Media Pendukung (varian Acne)
4. Desain Komprehensif 1
5. Desain Komprehensif 2
6. Media Pendukung (Paper Bag)
7. Ringlight
8. Desain Terpilih
9. Alas desain terpilih
10. Poster 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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7. Hasil Cek Plagiarisme

FADIYAH SABA_DG			
ORIGINALITY REPORT			
16%	16%	2%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	123dok.com Internet Source		3%
2	blog.ikajaya.com Internet Source		1%
3	www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id Internet Source		1%
4	repository.pnj.ac.id Internet Source		1%
5	studentjournal.petra.ac.id Internet Source		1%
6	repository.unibi.ac.id Internet Source		<1%
7	text-id.123dok.com Internet Source		<1%
8	compas.co.id Internet Source		<1%
9	ejournal.bsi.ac.id Internet Source		<1%





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

8. Daftar Riwayat Hidup

Hak Cipta :

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

CURRICULUM VITAE

FADIYAH SABA ARIANTO



PROFILE

Hello, I'm a multitasking and hardworking Graphic Designer who can use various design application.
Paying attention to details in making a design and having broad creativities

EDUCATION

Collage
D4 Graphic Design program
State Polytechnic Jakarta (2017 - present)

EXPERIENCE & ACHIEVEMENT

- 1st winner Dragon Nest SEA (game) Background illustration
- Kids Drawing Competition as MC Technomart Karawang 2016
- Comifuro 14 artist participant (february 2020)

BIODATA

Born 17 November, 1999
Lived in Karawang, West Java
My hobbies are costume play (cosplay), listening J-pop songs, drawing with japanese style, and watching anime.

SOFTWARE SKILLS

Ae **Ai** **Id** **Ps** **Mu**

CONTACT

 083814746664
 @fadiyah17
 @diyahnyannnn
 fadiyah.saba.arianto@gmail.com



1