

**TUGAS AKHIR  
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEKUNDER CHLOVE  
UNTUK MEMUNCULKAN BRAND IMAGE**



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

Oleh:  
**MUHAMMAD AQMAL XAVIER**  
2006421065

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2024**

**© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

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





**Hak Cipta :**

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

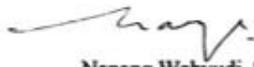
**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove Untuk  
Memunculkan Brand Image  
Penulis : Muhammad Aqmal Xavier  
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan  
Program Studi : Desain Grafis

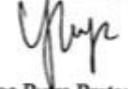
Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Sidang Tugas Akhir.

Depok, 06 Agustus 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

  
Nanang Wahyudi, S.Sos  
NIP. 520000000000000079

Dosen Pembimbing II

  
Yoga Putra Pratama, S.T., M.T  
NIP. 199209252022031009



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

### LEMBAR PENGESAHAN

#### PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEKUNDER CHLOVE UNTUK MEMUNCULKAN BRAND IMAGE

Oleh:

MUHAMMAD AQMAL XAVIER  
2006421065

Disahkan:

Depok, 20 Agustus 2024  
Penguji I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds  
NIP. 199005112019032019

Penguji II

MRR. Tiyas Maheni DK, S.H., M.H  
NIP. 197608241999032002



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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

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

**Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove Untuk Memunculkan Brand Image**

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, 6 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



Muhammad Aqmal Xavier  
2006421065



**Hak Cipta :**

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

## ABSTRAK

Chlove adalah sebuah brand skincare yang berfokus pada produk perawatan kulit. Dalam upaya memperkuat *brand image* dan menarik minat konsumen, Chlove perlu mengembangkan desain kemasan sekunder yang efektif. Saat ini, produk Chlove belum memiliki kemasan dan belum mampu mengomunikasikan nilai serta kualitas produk secara maksimal. Untuk itu, diperlukan perancangan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu membangun *brand image* dan menyampaikan informasi produk dengan jelas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan sekunder Chlove yang dapat meningkatkan *brand image* dan menarik perhatian konsumen. Melalui metode penelitian kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, survei, observasi, dan studi literatur. Proses perancangan desain dilakukan dengan pendekatan metode proses desain yang meliputi lima tahap yaitu *discovery*, *creation*, *refinement*, *implementation*, dan *production*. Dengan menerapkan konsep visual "*Nature Ingredients for Exceptional Quality*", desain kemasan diharapkan mampu mencerminkan kualitas alami produk Chlove. Warna hijau, biru, dan oranye dipilih untuk memberikan kesan alami, segar, dan energik, sementara elemen desain lainnya disusun untuk memudahkan konsumen memahami manfaat produk. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Chlove dalam memperkuat brand image dan meningkatkan daya saing produk di pasar skincare yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci:** desain kemasan, brand image, skincare

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## ABSTRACT

*Chlove is a skincare brand that focuses on skin care products. In an effort to strengthen the brand image and attract consumer interest, Chlove needs to develop effective secondary packaging design. Currently, Chlove's products do not have packaging and are unable to communicate the value and quality of the products optimally. Therefore, it is necessary to design packaging that is not only visually appealing but also capable of building the brand image and clearly conveying product information. This study aims to design secondary packaging for Chlove that can enhance the brand image and attract consumer attention. Through a descriptive qualitative research method, data was collected through interviews, surveys, observations, and literature studies. The design process was carried out using a design process approach which includes five stages: discovery, creation, refinement, implementation, and production. By applying the visual concept "Nature Ingredients for Exceptional Quality," the packaging design is expected to reflect the natural quality of Chlove's products. Green, blue, and orange colors were chosen to provide a natural, fresh, and energetic impression, while other design elements are arranged to help consumers understand the benefits of the product. The results of this research are expected to help Chlove in strengthening the brand image and increasing the competitiveness of the products in the increasingly competitive skincare market.*

**Keyword:** *packaging design, brand image, skincare*

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



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Tugas Akhir untuk Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove Untuk Memunculkan Brand Image. Penulis berterima kasih kepada orang tua yang selalu mendukung penulis.

Proses penyusunan proposal Tugas Akhir ini memperoleh dukungan dan doa dari berbagai pihak sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Ds, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Nanang Wahyudi, S.Sos. selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan proposal Tugas Akhir.
5. Yoga Putra Pratama, S.T., M.T, selaku Pembimbing II yang sudah membantu teknis dalam penulisan.
6. Para dosen mata kuliah program studi desain grafis yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
7. Para responden yang bersedia mengisi kuesioner Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove.
8. Teman-teman DG8C yang bersama-sama melalui penulisan Laporan Tugas Akhir. Semoga laporan Tugas Akhir dengan Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semoga laporan Tugas Akhir dengan Perancangan Desain Kemasan Sekunder Chlove Untuk Memunculkan *brand image* ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya untuk mahasiswa program studi Desain Grafis di

### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta yang akan mengangkat topik perancangan desain kemasan untuk Tugas Akhir di waktu mendatang.

Depok, 07 Agustus 2024

Muhammad Aqmal Xavier



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



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	IV
ABSTRACT .....	V
PRAKATA .....	VI
DAFTAR ISI .....	VIII
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	5
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN .....	5
2.1 Kemasan .....	5
2.1.1 Fungsi Kemasan .....	5
2.1.2 Jenis Kemasan .....	6
2.1.3 Material Kemasan Kertas & Karton .....	8
2.1.4 Struktur Kemasan Karton .....	11
2.2 Desain Kemasan .....	14
2.2.1 Prinsip Desain Kemasan .....	15
2.2.2 Elemen Desain Kemasan .....	19
2.3 Proses Desain Kemasan .....	32
BAB 3 METODE PERANCANGAN .....	35
3.1 Metode Riset Desain .....	35
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.3 Data dan Analisis .....	38
3.3.1 Profile Klien .....	38
3.3.2 Product Knowledge .....	39
3.3.3 Kompetitor .....	40
3.3.4 Consumer Insight .....	42
3.3.5 Positioning .....	44
3.3.6 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) .....	44
3.3.7 Arahkan Kreatif .....	46
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN .....	49
4.1 Konsep Visual .....	49
4.1.1 Mind Mapping .....	49
4.1.2 Moodboard .....	50
4.1.3 Alternatif Konsep Visual .....	51
4.2 Proses Desain .....	52
4.2.1 Sketsa Kasar (Thumbnail) .....	52
4.2.2 Sketsa Halus .....	53
4.2.3 Desain Komprehensif .....	60
4.2.4 Desain Terpilih .....	64
4.2.5 Mock Up .....	70
4.2.6 Testing .....	72
4.2.7 Final Artwork .....	73
4.3 Pertimbangan Produksi .....	74

### Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4.3.1 Survei Biaya Produksi.....	75
4.4 Media Pendukung .....	75
BAB 5 PENUTUP .....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN.....	



**Hak Cipta :**

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



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Kemasan Primer .....	7
Gambar 2. 2 Contoh Kemasan Sekunder .....	7
Gambar 2. 3 Contoh Kemasan Tersier .....	8
Gambar 2. 4 Contoh Kemasan Art Carton .....	9
Gambar 2. 5 Contoh Kemasan Chromocoated .....	10
Gambar 2. 6 Contoh Kemasan Ivory .....	10
Gambar 2. 7 Contoh Kemasan Dupleks .....	11
Gambar 2. 8 Contoh Kemasan Straight Tuck Box .....	12
Gambar 2. 9 Contoh Kemasan Reverse Tuck Box .....	12
Gambar 2. 10 Contoh Kemasan Lock Bottom Tuck Box .....	13
Gambar 2. 11 Contoh Kemasan Auto Lock Bottom Tuck Box .....	13
Gambar 2. 12 Contoh Kemasan One-Piece Box .....	14
Gambar 2. 13 Contoh Kemasan Two-Piece Box .....	14
Gambar 2. 14 Kemasan Emphasize .....	15
Gambar 2. 15 Kemasan Simetris .....	16
Gambar 2. 16 Kemasan Asimetris .....	17
Gambar 2. 17 Kemasan Unity .....	17
Gambar 2. 18 Kemasan Harmony .....	18
Gambar 2. 19 Kemasan Rhythm .....	18
Gambar 2. 20 Contoh Font Serif pada Kemasan .....	20
Gambar 2. 21 Font Serif Old Style .....	20
Gambar 2. 22 Font Serif Transitional Style .....	21
Gambar 2. 23 Font Serif Modern Style .....	21
Gambar 2. 24 Contoh Font Sans Serif pada Kemasan .....	22
Gambar 2. 25 Contoh Font Script pada Kemasan .....	22
Gambar 2. 26 Contoh Font Dekoratif pada Kemasan .....	23
Gambar 2. 27 Penggunaan Warna Merah Pada Kemasan .....	24
Gambar 2. 28 Penggunaan Warna Jingga Pada Kemasan .....	25
Gambar 2. 29 Penggunaan Warna Kuning Pada Kemasan .....	25
Gambar 2. 30 Penggunaan Warna Hijau Pada Kemasan .....	26
Gambar 2. 31 Penggunaan Warna Biru Pada Kemasan .....	27
Gambar 2. 32 Penggunaan Warna Ungu Pada Kemasan .....	27
Gambar 2. 33 Penggunaan Warna Coklat Pada Kemasan .....	28
Gambar 2. 34 Penggunaan Warna Hitam Pada Kemasan .....	28
Gambar 2. 35 Penggunaan Warna Abu-Abu Pada Kemasan .....	29
Gambar 2. 36 Penggunaan Warna Putih Pada Kemasan .....	29
Gambar 2. 37 Penggunaan Warna Emas dan Perak Pada Kemasan .....	30
Gambar 2. 38 Contoh Penggunaan Ilustrasi pada Kemasan .....	31
Gambar 2. 39 Contoh Penggunaan Foto pada Kemasan .....	31
Gambar 3. 1 Logo Chlove .....	38
Gambar 3. 2 Kemasan Moisturizer Npure .....	41
Gambar 3. 3 Kemasan Moisturizer Whitelab .....	42
Gambar 4. 1 Mindmap Chlove .....	50
Gambar 4. 2 Moodboard Chlove .....	51
Gambar 4. 3 Sketsa Thumbnail Konsep Visual Nature Ingredients for Exceptional Quality .....	53

**Hak Cipta :**

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 4 Sketsa Thumbnail Konsep Visual Love Your Skin Love Yourself.....	53
Gambar 4. 5 Sketsa Halus 1 .....	54
Gambar 4. 6 Sketsa Halus 2 .....	55
Gambar 4. 7 Sketsa Halus 3 .....	57
Gambar 4. 8 Sketsa Halus 4 .....	58
Gambar 4. 9 Sketsa Halus 5 .....	59
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 1 .....	60
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 2 .....	62
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 3 .....	63
Gambar 4. 13 Desain Terpilih Kemasan Chlove .....	65
Gambar 4. 14 Bentuk dan Pola Standing Box Chlove .....	66
Gambar 4. 15 Font Sauna Pro dan Font Co Headline .....	67
Gambar 4. 16 Penerapan Warna Kemasan Chlove .....	67
Gambar 4. 17 Inspirasi Elemen Desain.....	68
Gambar 4. 18 Elemen Desain.....	68
Gambar 4. 19 Front Panel .....	69
Gambar 4. 20 Side Panel.....	69
Gambar 4. 21 Back Panel.....	70
Gambar 4. 22 Mockup Depan dan Samping Kanan.....	71
Gambar 4. 23 Mockup Depan dan Samping Kiri.....	71
Gambar 4. 24 Mockup Belakang dan Samping Kanan.....	72
Gambar 4. 25 Mockup Belakang dan Samping Kiri.....	72
Gambar 4. 26 Final Artwork .....	74
Gambar 4. 27 Label Botol.....	76
Gambar 4. 28 Desain Sosial Media Instagram.....	77
Gambar 4. 29 Thank You Card.....	77
Gambar 4. 30 Goodie Bag.....	78

Hak Cipta :

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

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisa SWOT.....	40
Tabel 3.2 Creative Brief.....	42
Tabel 4.1 Keyword Visual.....	47
Tabel 4.2 Hasil Testing Pada Kemasan.....	68
Tabel 4.3 Survei Biaya Produksi.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2 Hasil Data Kuisisioner
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 Transkrip Testing
- Lampiran 5 Hasil Cek Trunitin
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



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





Hak Cipta :

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

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, industri *skincare* di Indonesia semakin berkembang. Pasar industri *Skincare* Indonesia diramalkan akan bertumbuh sebesar 5.91% per tahun, termasuk didalamnya produk perawatan kulit *skincare* dan *personal care* (Kemenperin, 2022). Melansir data dari Statistika (2021), produk kecantikan mengalami pertumbuhan global sekitar 6,46 persen. Menurut Badan Pusat Statistik mencatat pada tahun 2020, industri kecantikan mengalami peningkatan sebesar 5,59 persen dan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia pada 2021 telah diproyeksikan naik sebesar tujuh persen. Munculnya penjualan secara online juga sangat mempengaruhi pesatnya perkembangan industri kecantikan, khususnya pada 2022 yang mencapai 25,2 persen. Kategori *beauty* menduduki peringkat paling pertama pada kategori *online shop* yang paling diminati berdasarkan jenis kelamin pengguna (Dailysocial, 2021).

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit, memulai peluang bisnis *skincare* di tahun 2024 dapat menjadi langkah yang menjanjikan dan berdampak signifikan terhadap pasar nasional maupun global (Rahim, 2023). Merujuk data yang dilansir Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), terjadi peningkatan pertumbuhan jumlah pelaku usaha kosmetik dari jumlah 819 pada 2021 menjadi 913 pada 2022, hal ini setara dengan pertumbuhan sebesar 20,6% pada 2022. Selanjutnya, pada 2023, industri kosmetik di Indonesia tumbuh sebesar 21,9%, yakni dari 913 perusahaan di 2022 menjadi 1.010 perusahaan (Waluyo, 2024). Contohnya seperti *brand* Somethinc salah satu *brand skincare* lokal yang berdiri pada tahun 2019, walaupun baru tetapi somethinc telah meraih total penjualan sebesar Rp 53.2 miliar (Kompas, 2022) Dari meningkatnya pertumbuhan perusahaan *skincare* dari tahun ke tahun, memberikan beberapa opsi kepada konsumen untuk mempertimbangkan



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

produk *skincare* mana yang ingin dipilihnya dan untuk industri *skincare* mereka memiliki tantangan bagaimana cara mempertahankan keunggulan produk mereka. Salah satu cara industri *skincare* mempertahankan daya minat masyarakat untuk tetap membeli produk mereka, yaitu seperti membuat desain kemasan yang lebih menarik. Dengan kata lain, menjadi inovatif dan kreatif merupakan poin penting yang dibutuhkan untuk bersaing dengan kompetitor di bidang yang sama salah satunya melalui desain kemasan untuk memunculkan *brand image* pada *brand*. Karena sudah banyak merek lain seperti Azarine, Glad2glow, Madam Gie, Eiem Beauty, Nuface, dan masih banyak lagi. Produk-produk tersebut sudah memiliki *brand image* yang kuat, sehingga *brand image* menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut berdasarkan harga dan citra mereknya (Setiyanti & Ansori, t.t.)

*Brand image* sendiri salah satu strategi untuk meraih keunggulan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dengan membentuk *brand image* di dalam pikiran konsumen (Fikri & Mulazid, 2018). *Brand image* telah menjadi elemen krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah *brand* karena *brand image* merupakan persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, sebagaimana tercermin dalam asosiasi yang dipegang dalam ingatan konsumen (Kotler & Lane Keller, 2016). Mendefinisikan *brand image* sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya untuk menandai produk atau layanan dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari pesaing (Dam, 2020). Oleh karena itu perlu dirancang desain kemasan yang dapat memunculkan *brand image* sebagai pembeda dari produk pesaing.

Dari perkembangan pasar *skincare* salah satu yang penting dalam industri *skincare* adalah kemasan. Desain kemasan berperan penting dalam menambah nilai suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga berfungsi sebagai identitas produk dan juga berperan sebagai *brand image* jangka panjang yang mampu membedakan sebuah produk dengan pesaing pada bidang serupa. Kemasan bisa untuk salah satu media



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

komunikasi kepada konsumen untuk menyampaikan informasi yang efektif (Arifiyansa, 2020). Daya tarik visual yang mengacu pada penampilan kemasan yang meliputi unsur grafis dalam kemasan diciptakan untuk kesan agar menarik secara visual (Ramadhina, 2022). Peran kemasan pada produk adalah sebagai wadah yang memungkinkan pengangkutan produk atau barang dari satu tempat ke tempat lain atau dari produsen ke konsumen, melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, dan tumpukan, serta memberikan informasi, citra merek, dan berfungsi sebagai media promosi dengan mempertimbangkan kemudahan untuk dilihat, dipahami, dan diingat (Prasetya dkk., 2023). Menurut kamarupa.co.id (*Memahami Pentingnya Desain Kemasan Produk Dalam Bisnis*, 2022) desain kemasan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dengan komponen yang unik dan menyampaikan pesan sesuai dengan tujuan *brand*. Desain kemasan bertujuan untuk merepresentasikan produk secara visual diantaranya identitas produk, media komunikasi antara konsumen dan produsen, menampilkan sisi estetika produk, dan branding jangka panjang. Kemasan yang menarik dan fungsional menjadi salah satu kunci sukses dalam bisnis online. Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia melesat dalam lima tahun terakhir. Hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa tahun 2013 nilai pasar *e-commerce* Indonesia mencapai US\$8 miliar (Rp 94,5 triliun) dan di tahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi US\$25 miliar (Rp 295 triliun) (Rehatalanit, 2021).

Desain kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, maka dari itu semakin baik kemasan yang dimiliki sebuah *brand* akan mempengaruhi banyaknya konsumen yang memutuskan untuk membeli produknya. 90% konsumen membeli produk berdasarkan desain kemasannya, 70% memilih berdasarkan kebutuhan dan 85% konsumen membeli produk karena tidak ada alternatif lain (Clement dalam Ulita dan Setyawan, 2016). Semakin meningkatnya persaingan dalam pasar, estetika menjadi peran penting dalam

### Hak Cipta :

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

menghubungkan produk dengan konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan kemasan yang menarik untuk nilai jual dari sebuah *brand* (Damera, 2014).

Chlove merupakan *brand* yang baru muncul di industri *skincare*. Oleh karena itu Chlove membutuhkan desain kemasan sebagai salah satu media pemasaran dan sebagai identitas visual dari Chlove. Salah satu produsen produk *skincare* yang akan meluncurkan produknya di tahun 2024 ini adalah PT Niskala Beauty lab dengan *brand skincare* yaitu Chlove. Chlove hadir untuk mengatasi masalah kulit dasar dengan menyediakan 5 produk perawatan kulit dasar mulai dari *Moisturizer, Serum, Toner, Face Wash* dan *Sunscreen* yang dijual kisaran harga Rp 50.000 - Rp 100.000 per produk. Untuk saat ini Chlove sudah memiliki logo tetapi belum memiliki kemasan dan desainnya. sistem penjualan direncanakan melalui online (*e-commerce*), toko retail, *beauty event*. Dari 5 produk yang ada Chlove akan memproduksi kurang lebih 5.800 yang terdiri dari 1.600 *Face Wash*, 500 *Face Toner*, 1.600 *Moisturizer*, 500 *Serum*, 1,600 *Sunscreen*.

Berdasarkan kutipan-kutipan dan pernyataan diatas membuat Chlove membutuhkan desain kemasan untuk memunculkan *brand image* dari Chlove karena semakin banyak konsumen yang menyadari pentingnya kemasan dan *brand image* pada produk ketika memilih suatu produk. Chlove membutuhkan inovasi melalui perancangan desain kemasan agar mampu melindungi produk, mudah digunakan, penyampaian informasi, desain yang menarik, dan merepresentasikan produk dari Chlove untuk meningkatkan nilai produk dan daya tarik yang melekat di ingatan konsumen.

### Hak Cipta :

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



**Hak Cipta :**

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

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah pada penelitian tugas akhir ini adalah: Bagaimana perancangan desain kemasan sekunder Chlove untuk memunculkan *brand image*?

## 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan penelitian ini akan berfokus pada lingkup yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan Chlove
2. Proses konsep visual, prinsip dan elemen desainnya
3. Pengaplikasian desain kemasan Chlove pada media turunan yang telah ditentukan

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

Penulisan tugas akhir ini memiliki tujuan dan manfaat yang ingin diraih melalui beberapa uraian sebagai berikut:

1. Tujuan
  - a. Menjelaskan proses perancangan desain kemasan *skincare* Chlove untuk desain kemasan.
  - b. Menjelaskan konsep visual, prinsip dan elemen desain yang digunakan pada kemasan Chlove.
  - c. Menjelaskan pengaplikasian desain media utama kemasan Chlove pada media turunan yang sudah ditentukan.
2. Manfaat
  - a. Manfaat bagi klien, perancangan ini dapat menjadi nilai jual yang lebih dalam sebuah produk *skincare* dan mampu bersaing dengan kompetitor atau pasar yang sudah ada.
  - b. Manfaat bagi akademis, perancangan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam penelitian ilmu desain grafis khususnya perancangan desain kemasan *skincare* Chlove dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti.

- c. Perancangan desain kemasan ini dapat menambah wawasan dalam bidang desain dan dapat menjadi pembelajaran dan penggunaan teori-teori desain dalam perancangan kemasan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## BAB 5 PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Melalui perancangan kemasan sekunder Chlove, ditemukan beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan sekunder Chlove menggunakan metode proses desain kemasan dimulai dengan tahap *discovery* yang melibatkan wawancara dengan Abdurrahman Robbani selaku *general manager* Chlove, observasi produk kompetitor, dan survei kuesioner untuk mendapatkan *consumer insight*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode SWOT untuk menentukan strategi perancangan yang sesuai dengan kebutuhan klien dan diolah menjadi *creative brief*. Setelah membuat *creative brief* akan dikembangkan menjadi mindmap untuk menemukan *key visual* yang sesuai dengan *tone and manner* yaitu nature, modern, dan friendly. Kata kunci yang didapatkan dari mindmap akan divisualisasikan dalam moodboard dengan sans serif font, daun clover, layout asimetris, *abstract shape*, tetesan air, perisai, daun the hijau, dan warna vibrant seperti oranye, hijau, biru. Setelah pembuatan moodboard terdapat ditemukan dua alternatif konsep visual yaitu “*Nature Ingredients for Exceptional Quality*” dan “*Love Your Skin Love Yourself*”. Proses dilanjutkan dengan pembuatan 10 sketsa kasar untuk konsep visual “*Nature Ingredients for Exceptional Quality*” dan 10 sketsa kasar untuk konsep visual “*Love Your Skin Love Yourself*” sebagai konsep awal, 5 sketsa halus untuk melihat layout dan penggunaan elemen visual yang lebih detail, 3 desain komprehensif, dan desain terpilih, Desain terpilih akan dijelaskan dengan lebih detail mulai dari (*technical drawing*) *standing box*, pemilihan tipografi, penggunaan warna, penggunaan elemen desain, desain panel tampak samping dan belakang kemasan. Tahap selanjutnya yaitu pembuatan prototipe



seperti mock-up dan *testing* untuk melakukan uji coba kemasan dan desain kemasan sudah sesuai dengan tujuannya.

2. Konsep visual yang digunakan pada perancangan desain kemasan sekunder Chlove adalah “*Nature Ingredients for Exceptional Quality*” yang divisualisasikan melalui penggunaan elemen desain yang mewakili kesan tersebut. Elemen berbentuk petal clover mewakili dari kesan nature dan merupakan visualisasi dari nama Chlove itu sendiri. Penggunaan warna hijau yang mendominasi untuk memberi kesan alami. Element teks pada font Sauna Pro yang memiliki karakter dan penggunaan warna oranye mewakili kesan friendly. Penggunaan layout yang asimetris dan minimalis memberi kesan modern pada kemasan sekunder chlove. Penggunaan prinsip dan elemen desain berdasarkan referensi teori kemasan yang sesuai dengan keilmuan desain grafis untuk membantu perancangan. Teori yang digunakan meliputi tipografi, warna, gambar, prinsip, tata letak, material, dan struktur kemasan.
3. Penerapan desain pada media turunan seperti label botol, *thank you card*, *social media post Instagram*, dan *goodie bag* berdasarkan konsep pada desain terpilih sehingga memberikan konsistensi pada desain media turunan yaitu dengan konsep “*Nature Ingredients for Exceptional Quality*”.

## 5.2 Saran

Melalui proses perancangan desain kemasan sekunder Chlove untuk memunculkan *brand image*, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk terus memperkuat *brand image*, Chlove sebaiknya terus berinovasi dalam desain kemasan dengan mempertimbangkan tren pasar dan preferensi konsumen. Desain kemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya membantu menarik minat konsumen, tetapi juga memperkuat identitas merek.
2. Mengingat konsumen sangat memperhatikan komposisi produk, diharapkan Chlove dapat mempertahankan kualitas produk yang

### Hak Cipta :

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

alami agar sesuai dengan *brand image* chlove. Hal ini dapat semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk.

3. Terus melakukan survei dan wawancara dengan konsumen untuk mendapatkan masukan dan feedback mengenai produk dan desain kemasan. Hal ini penting untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian agar produk selalu relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.





## DAFTAR PUSTAKA

- Arifiyansa, I. (2020). (12) Peran Kemasan dalam Dunia Pemasaran / *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/pulse/peran-kemasan-dalam-dunia-pemasaran-imam-arifiyansa/>
- Dam, T. C. (2020). *The Effect of Brand Image, Brand Love on Brand Commitment and Positive Word-of-Mouth. The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 449–457. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO11.449>
- Dameria, A. (2014). *Packaging Handbook*. Link & Match Graphic.
- Ermawati, E. (2019). Pendamping Peran dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket "Kedai Yatim". *JURNAL SYARIKAH : JURNAL EKONOMI ISLAM*, 4(1). <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>
- Gurning, L. R. (2023). Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan Penjualan. *Magenta / Official Journal STMK Trisakti*, 7(02), 1101–1111. <https://doi.org/10.61344/magenta.v7i02.106>
- Hartadi, Swandi, Mudra. (2020). Warna Dan Prinsip Desain User Interface (UI) Dalam Aplikasi Seluler "Bukaloka." *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 5(1), 105–119. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>
- Hendratman, H. (2014). *Computer Graphic Design*. Informatika Bandung.
- Hidayati, K. F. (2021, April 3). Hadirkan Kesan Formal dan Profesional dengan Font Serif. *Glints Blog*. <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed., global edition). London : Pearson Education, 2016.
- Memahami Pentingnya Desain Kemasan Produk dalam Bisnis*. (2022, Mei 22). Kamarupa.Co.Id. <https://www.kamarupa.co.id/blog/memahami-pentingnya-desain-kemasan-produk-dalam-bisnis/>

### Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Mukhtar, N. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>

Nasution, T. (2019). *Prinsip Desain Grafis* (1 ed.). Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Powerpack Indonesia. (2023, September 22). (12) Inilah Perbedaan Kemasan Primer, Sekunder, dan Tersier Pada Produk | LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/inilah-perbedaan-kemasan-primer-sekunder-dan-tersier-pada-indonesia/>

Prasetya, D., Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Kumbu makanan Khas Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1.2894>

Rahim, A. (2023). *Peluang Bisnis Skin Care yang Menjanjikan di Tahun 2024*. <https://nose.co.id/peluang-bisnis-skin-care-yang-menjanjikan-di-tahun-2024>

Ramadhina, A. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *01*(1).

Rehatalanit, Y. L. R. (2021). *Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis*.

Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>

Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (t.t.). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote*.

Swasty, W. (2017). *Serba Serbi Warna*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. PT Elex Media Komputindo.

Waluyo, D. (2024). *Indonesia.go.id—Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air*. <https://www.indonesia.go.id/kategori/editorial/7984/kinclong-industri-kosmetik-tanah-air?lang=1>

Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Yayasan Prima Agus Teknik.



## Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

Dosen Pembimbing 1

Nama Dosen : Nanang Wahyudi, S.Sos

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	03/20/2024	1. Pengarahan mengenai materi BAB 1 - 3 2. Pembahasan sistem bimbingan	1. Membuat latar belakang
2	04/02/2024	1. Tambahkan contoh brand skincare yang sudah ada 2. Revisi tentang pasar skincare	1. Menambahkan salah satu brand skincare 2. Merevisi tentang pasar skincare 3. Menyelesaikan Latarbelakang 4. Menyelesaikan BAB 1 5. Meminjam buku untuk bahan BAB 2
3	05/01/2024	1. Revisi bagian rumusan masalah 2. Tambahkan proses visual di ruang lingkup pembahasan	1. Finalisasi BAB 1 2. Mulai mengerjakan BAB 2
4	05/08/2024	1. Tambahkan jenis warna, warna hangat dan dingin 2. Lebih dijelaskan kemasan karton 3. Ambil sumber dari buku untuk bagian warna	1. Merevisi sesuai dengan point yang sudah di kasih tau dospem 2. Finalisasi BAB 2
5	05/13/2024	1. Revisi tentang kuisoner untuk pertanyaan yang lebih relevan ke kemasan	1. Menambahkan pertanyaan kuisoner dan merevisi sesuai dengan poin yang di sampaikan dospem 2. Finalisasi kuisoner
6	05/17/2024	1. Sebar kuisoner minimal 50 responden 2. Metode Riset Desain menggunakan Metode Desain aja	1. Mengolah data survei kuisoner 2. Mengisi SWOT Matrix 3. Memasukan foto kemasan kompetitor

Hak Cipta :

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

		dan menjelsakan tahap Creation	
7	05/24/2024	1. SWOT Matrix coba lebih sesuai dengan kuisioner 2. Bagian creative tone n manner sesuai dengan positioning	1. Finalisasi SWOT 2. Finalisasi Creative Brief
8	06/25/2024	1. Tahapan metode proses desain, masuknya di CREATION. Sementara kalo pake design thinking, masuknya di IDEATE	1. Membuat tahapan creation
9	07/02/2024	Perubahan Tone n Manner	1. Melanjutkan membuat mindmap
10	07/03/2024	1. Sumber kata konsep untuk di mapping, selain dari tone and manner, juga dari key message. 2. Hasil mindmap di part ini bukan key visual, tapi keyword visual. 3. Pada mindmap, friendly-warna-warna hangat. Sedang natural-warna-warna alami (tidak perlu didetailkan lagi). Jadi di keyword visualnya nanti, yg terpilih untuk warna, dua kata visual itu. 4. Belum ada keyword visual untuk jenis font yg akan digunakan	1. Melakukan revisi mindmap 2. Melanjutkan moodboard
11	07/04/2024	beberapa catatan di mindmap (gambar dan tabel keyword visual; recheck moodboard; dan improvement konsep visual. Ini ngga merubah basicnya Mal, jadi kamu bisa	1. Melanjutkan ke sketsa thumnail



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

		lanjut ke thumbnail dan sketsa setelah ini.	
12	07/07/2024	Untuk cerita, ada bbrp yg bisa di explore lagi. Intinya di sketsa kita bisa cerita elemen yg digunakan berikut maknanya (kecuali warna dan nama font), juga bisa cerita prinsip desain yg ada di situ (balance, penekanan, irama jika ada, dan unity biar sesuai tema, dibangun dari elemen apa)	1. Melakukan revisi thumbnail 2. dan melanjutkan sketsa halus
13	07/08/2024	Aqmal, ini basically dah ok. Penjelasan jg sudah cukup detail. Bisa Injt pilih 3 untuk digital comprehensive ya	1. Melanjutkan desain komprehensif
14	07/11/2024	Di opsi 1 mgkn kamu bisa cb kasih sedikit detail di elemen bunga nya, biar ngga flat block warna saja Lalu bisa jg ada opsi chermanya dan greentea nya dibuat sebagai icon, selain dlm format teks biasa. Untuk cerita, di komprehensif fokus pada 1. Kenapa opsi ini terpilih untuk jd kompre 2. Jika ada perubahan dari sketsa sblmnya, jelaskan 3. Penjelasan tentang warna dan maknanya 4. Penjelasan tentang nama font yg digunakan (bukan lagi cuma serif atau sans, tapi nama font nya), dan kesan yg mau dibangun dari font tsb	1. Melakukan revisi desain komprehensif 2. Membuat struktur desain kemasan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

14	07/14/2024	130 x 46mm itu ukuran labelnya Lebar FOP bisa pake diameter botol.  Desain Komprehensif sudah OK. Untuk desain terpilih bisa dijelaskan alasan terpilih dan perubahan desain jika ada. Setelah itu lanjut step by step pembuatan desain sampai seluruh panel (termasuk penjelasan struktur kemasannya	1. Melanjutkan ke desain terpilih dan media turunannya
15	07/14/2024	Sepertinya sudah cukup lengkap Mal. Nanti transkrip testing ke konsumennya bisa dijakikan lampiran ya	1. Melakukan finalisasi dan menambahkan lampiran testing

Dosen Pembimbing 2

Nama Dosen : Yoga Putra Pratama, S.T., M.T

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	03/26/2024	Pengarahan Bimbingan lebih ke penulisan	Mengirim draft H-1 bimbingan
2	05/24/2024	1. Minta approval teknis ke dosen pembimbing 1 2. Tulisan sudah aman 3. Bahasa inggris di italic	1. Finalisasi Bab 1 - 3
3	07/05/2024	1. Coba sesuaikan sama guide book tugas akhir 2. kata "penulis" tidak perlu dipakai	1. Melakukan revisi penulisan
4	07/10/2024	1. Spacingnya diperhatikan lagi jangan sampe ke longkap2	2. melakukan revisi penulisan
5	08/05/2024	1. Minta approval dospem 1	

		2. tulisan sudah aman	
--	--	-----------------------	--



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





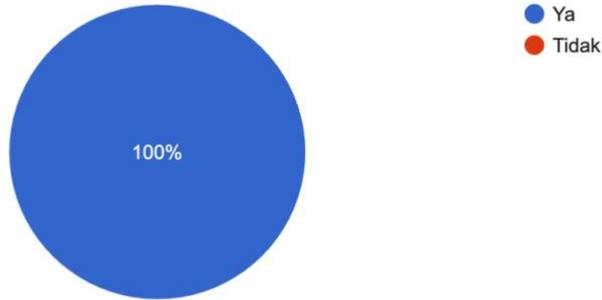
Hak Cipta :

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

## Lampiran 2 Hasil Data Kuisisioner

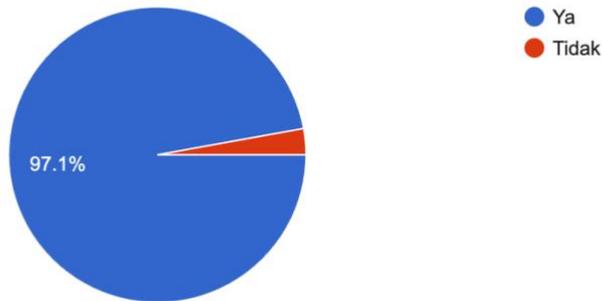
Apakah Anda bersedia untuk berpartisipasi?

140 responses



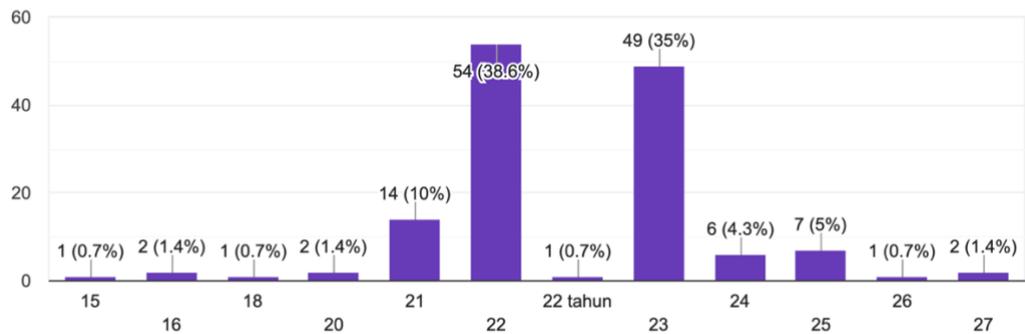
Apakah kamu pernah/sedang menggunakan skincare?

140 responses



Usia (dalam angka, misal 21)

140 responses





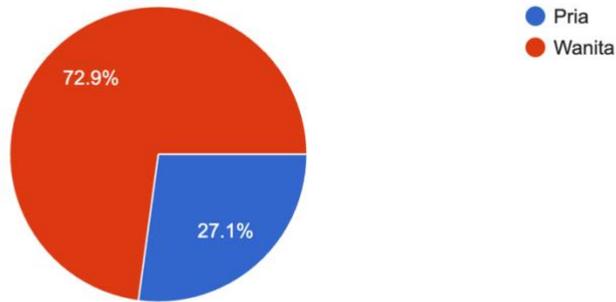
## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

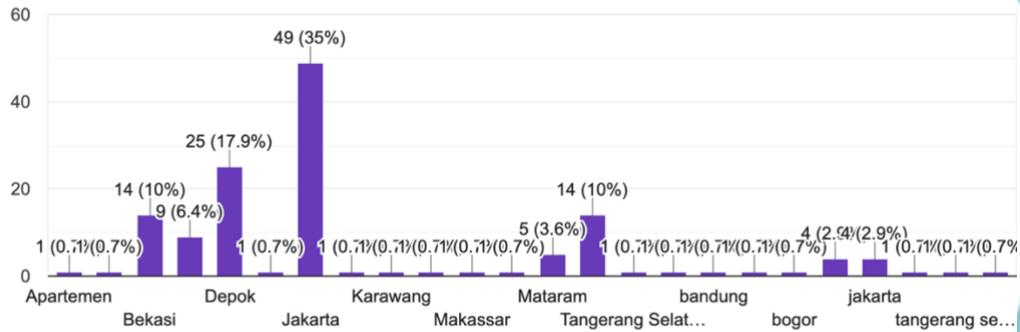
### Jenis Kelamin

140 responses



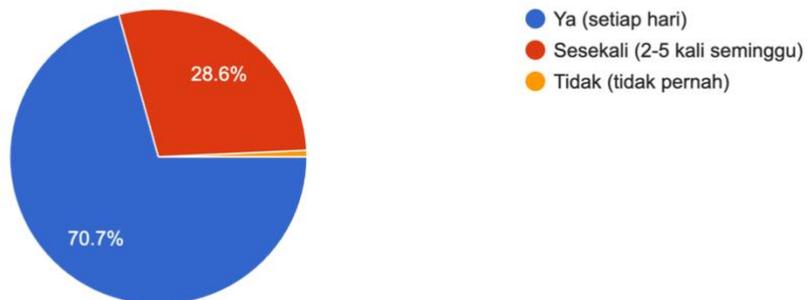
### Tempat tinggal (kotanya saja, misal Jakarta)

140 responses



### Apakah anda rutin menggunakan skincare?

140 responses





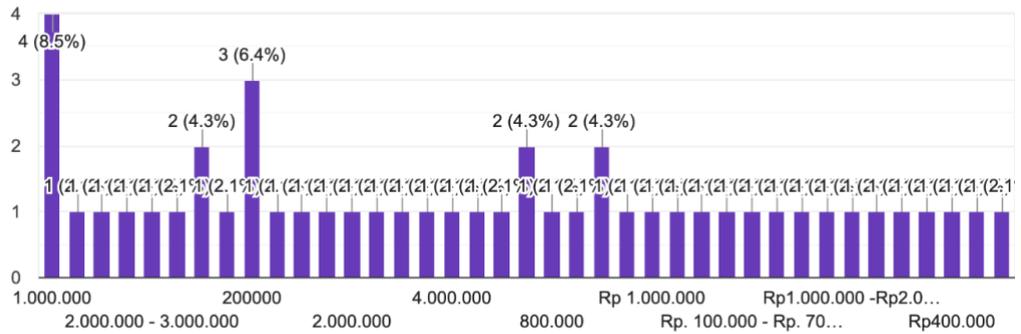
## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

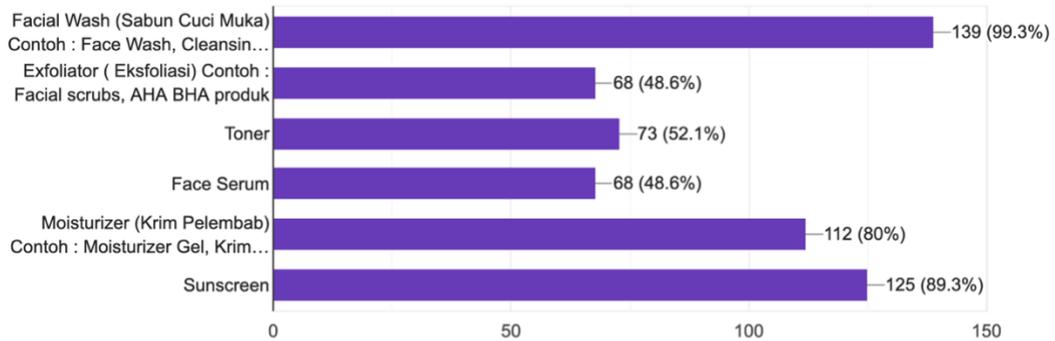
### Berapa pengeluaran anda sebulan misal (Rp1.000.000 - Rp.1.500.000)

47 responses



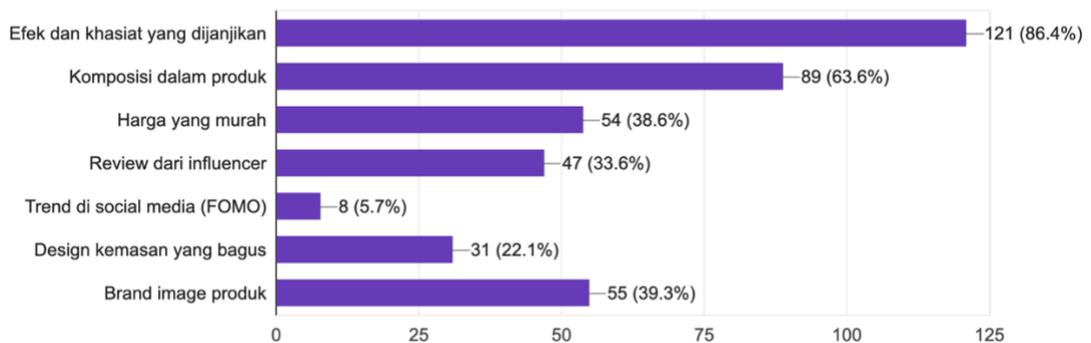
### Produk perawatan wajah apa saja yang anda punya?

140 responses



### Apa yang menentukan Anda dalam memilih produk skincare? (Boleh pilih lebih dari satu)

140 responses





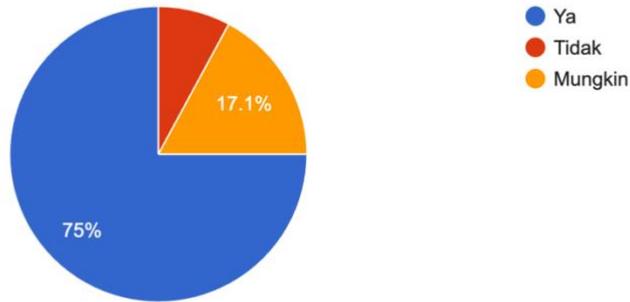
## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

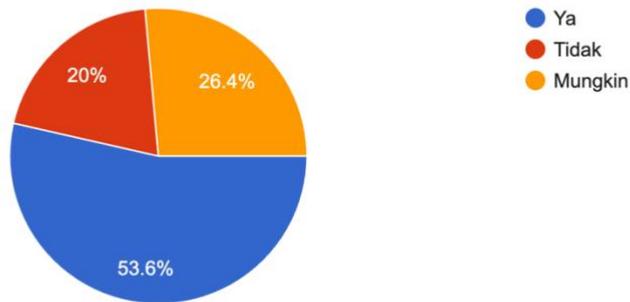
Apakah jenis "kemasan" menjadi aspek penting dari produk skincare?

140 responses



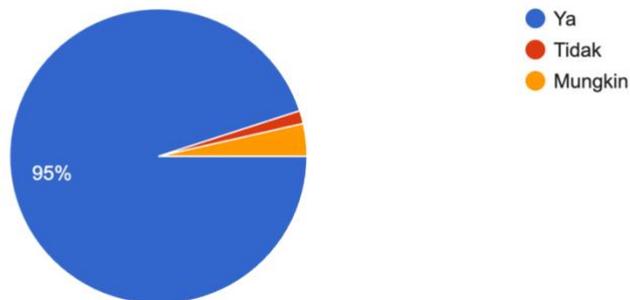
Apakah "Desain kemasan" menjadi pertimbangan Anda ketika membeli produk skincare?

140 responses



Apakah Anda selalu cek "Khasiat" dari produk yang Anda beli?

140 responses



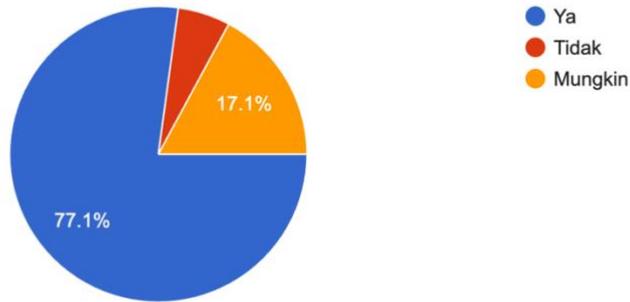


Hak Cipta :

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

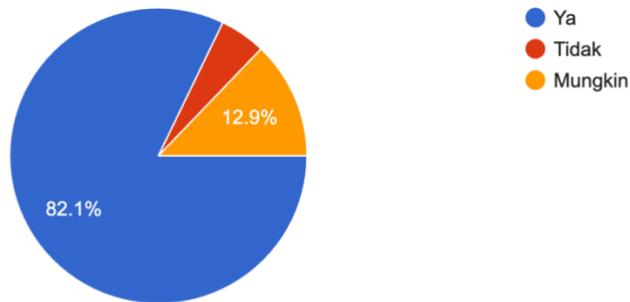
Apakah Anda selalu melihat "Komposisi" pada kemasan produk skincare?

140 responses



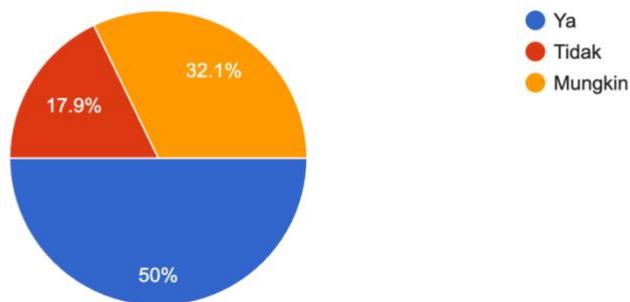
Apakah Anda selalu melihat "Expired date, BPOM, dan logo halal" pada kemasan produk skincare yang Anda beli?

140 responses



Apakah anda mementingkan "Produsen" pada produk skincare yang Anda beli?

140 responses



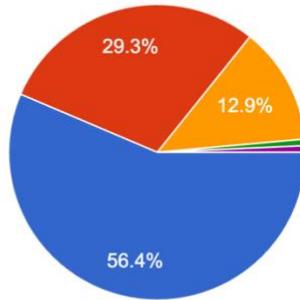


Hak Cipta :

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

Desain kemasan apa yang menarik saat membeli skincare?

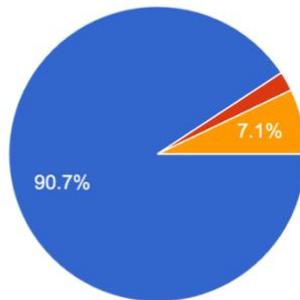
140 responses



- Mudah digunakan
- Mudah dibawa kemana-mana
- Memiliki identitas/logo
- semua benar
- Higenis

Apakah kemasan penting untuk brand skincare?

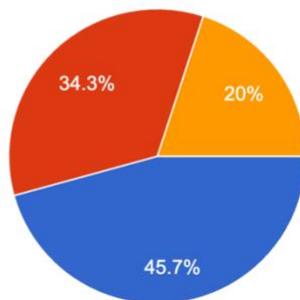
140 responses



- Ya
- Tidak
- Mungkin

Apakah warna pada kemasan mempengaruhi Anda untuk membeli produk skincare?

140 responses

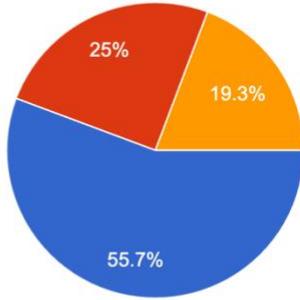


- Ya
- Tidak
- Mungkin



Kemasan apa yang Anda sukai pada produk skincare?

140 responses



- Kemasan yang mudah digunakan
- Kemasan yang mudah dibawa
- Kemasan yang tidak mudah rusak



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3 Transkrip Wawancara

Tanggal : 10 Mei 2024  
Narasumber : Abdurrahman Robbani  
Jabatan : General Manager  
Lokasi : Jakarta, Pulogebang

### 1. Apa latar belakang dari berdirinya Chlove?

Chlove berdiri pada akhir tahun 2023, sebelumnya owner mau bikin bisnis produk bayi tetapi ketika melihat pasar dan menurut data, ternyata skincare lebih banyak peminatnya dan akan terus bertambah.

### 2. Chlove ingin menjual produk skincare apa saja?

Chlove sedang mendevelop beberapa varian produk yaitu Moisturizer, Sunscreen, Face Wash, Serum, dan Toner dengan kisaran harga Rp50.000 – Rp100.000. Chlove juga memiliki produk andalan yaitu Moisturizer dan Sunscreen.

### 3. Kenapa Moisturizer dan Sunscreen menjadi produk andalan?

Karena menurut data Moisturizer dan Sunscreen merupakan skincare yang sering dipakai oleh konsumen dan keduanya merupakan skincare yang simple dan dibutuhkan setiap harinya.

### 4. Siapa target market dari Chlove?

Target market chlove yaitu 19 – 24 Tahun dengan SES C Upper – A Lower class. Chlove juga memiliki Audience Persona yaitu :

*Busy Bee* Seorang profesional muda yang menyeimbangkan antara pekerjaan dan kehidupan sosial dan Membutuhkan produk yang efisien dan multifungsi untuk skincare hariannya.

#### Hak Cipta :

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

*Budget Friendly* Seorang siswa/siswi SMA yang memiliki banyak kegiatan di luar ruangan di sekolah, tertarik dengan perawatan kulit. Dia mencari produk yang terjangkau namun efektif.

*Adventurous* Seorang yang gemar melakukan perjalanan dan mencari petualangan. Pantai adalah tempat favoritnya. Dia membutuhkan produk berukuran travel size dan pelindung matahari untuk melindungi kulitnya.

**5. Apa citra yang ingin disampaikan Chlove?**

Citra Chlove sebagai produk skincare yang praktis, alami, dan berkualitas dengan menonjolkan citra *Skin Minimalism*. *Skin Minimalism* menekankan pada kesederhanaan dan kualitas daripada kuantitas. Pendekatan ini mendorong individu untuk menyederhanakan rutinitas perawatan kulit mereka dengan memilih beberapa produk berkualitas tinggi dengan bahan-bahan alami dan efektif.

**6. Apa kelebihan dari produk Chlove?**

Chlove memiliki kelebihan di komposisi produk, Chlove menggunakan bahan yang alami sehingga bisa digunakan untuk semua jenis kulit. Harga yang cukup terjangkau juga menjadi kelebihan dari Chlove.

**7. Apakah Chlove memiliki kompetitor?**

Tentu saja, Chlove memiliki dua kompetitor yaitu Npure dan Whitelab. Dua tersebut merupakan brand yang hampir mirip dengan Chlove mulai dari harga, kualitas produk, dan khasiat yang dihasilkan produk.

**8. Jenis kemasan apa yang ingin dipakai?**

Sepertinya untuk jenis kemasan Chlove ingin menggunakan kemasan yang pada umumnya seperti tube, jar, botol. Untuk kemasan sekundernya Chlove ingin menggunakan karton karena Chlove menggunakan vendor sehingga terbatas untuk jenis kemasannya.



### 9. Desain kemasan apa yang Chlove inginkan?

Chlove ingin desain kemasan yang bisa merepresentasikan dari alami dan simple tersebut tetapi tetap dengan style yang Gen Z karena pasar Chlove kebanyakan Gen Z. Chlove juga ingin menghighlight dari nama brand karena untuk memperkenalkan kepada konsumen.

### 10. Apakah ada mandatory atau sesuai yang harus dimasukkan ke dalam desain kemasan?

Memasukan logo dan tagline Chlove yaitu Love Your Skin Love Yourself. Untuk warna bisa disesuaikan tetapi kalau bisa warna hijau agar kesan alaminya terasa.

### 11. Apa harapan yang diinginkan dari perancangan kemasan dan desain kemasan ini?

Saya berharap dengan adanya kemasan Chlove bisa memiliki brand image yang kuat sehingga konsumen sudah langsung bisa merasakan dan membayangkan produk Chlove diluar kepala dari hanya melihatnya. Dan saya harap dengan kemasan Chlove bisa bersaing dipasaran skincare.

#### Hak Cipta :

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



## Lampiran 4 Transkrip Testing

Tanggal : 2 Agustus 2024

Narasumber : Amir Rafi

### 1. Bagaimana kualitas kemasannya?

Kalau dari yang saya lihat kualitasnya cukup oke, ketahanan kuncian juga sudah kuat.

### 2. Apakah kemasannya mudah digunakan?

Setelah saya coba, kemasannya mudah dibuka tutup tetapi tetap kuat.

### 3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?

Dengan kemasannya seperti ini, kemasannya mudah di taro sih, dibawanya juga gampang.

### 4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasan tersebut?

Secara visual kesan pertama yang saya lihat itu alami karena warnanya yang hijau dan ada elemen seperti daun.

### 5. Apakah informasi pada kemasan sudah cukup menjelaskan?

Menurut saya informasi pada kemasannya sudah cukup karena terdapat kandungan, dan manfaat dari produk.

### 6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?

Kalau yang saya lihat warnanya sudah sangat memvisualisasikan dari kata alami si karena mungkin menggunakan warna hijau ya.

### 7. Apakah desain kemasan seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?

#### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Menurut saya sebagai laki-laki masih masuk sih sama desain kemasannya karena ga ada warna yang terlalu feminim dan penggunaan elemen visualnya juga masih general.

Tanggal : 3 Agustus 2024

Narasumber : Azlya Nada Andira

### 1. Bagaimana kualitas kemasannya?

Kualitas dari kemasannya sih oke ya engga yang keliatan murah juga dan untuk produk skincare ini udah kuat sih.

### 2. Apakah kemasannya mudah digunakan?

Kemasannya sih mudah digunakan ya ga susah buka tutupnya

### 3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?

Gampang sih, mungkin karena bentuknya yang kotak jadi gampang di taro dimana aja ya

### 4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasannya tersebut?

Kesan pertama pas liat kemasannya sih berasa alaminya yaa

### 5. Apakah informasi pada kemasannya sudah cukup menjelaskan?

Menurut saya sebagai pengguna skincare informasi pada produk sudah cukup menjelaskan sih

### 6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?

Sudah sih, mungkin karena warnanya juga yaa jadi kesan pertama pas liat kemasannya tuh alami

#### Hak Cipta :

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



**7. Apakah desain kemasan seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Menurut saya desain kemasan seperti ini masih bisa general sih laki-laki dan wanita.

Tanggal : 5 Agustus 2024

Narasumber : Haifa Intan

**1. Bagaimana kualitasemasannya?**

Menurut saya kemasannya sudah ok.

**2. Apakah kemasannya mudah digunakan?**

Kemasannya mudah digunakan, mudah dibuka tutup, mudah di pegang, dan mudah di taro.

**3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?**

Setelah aku coba sih kemasannya mudah di taro yaa, ga gampang jatuh

**4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasan tersebut?**

Kesan pertama ketika melihat kemasannya alami dan friendly sih, dari warnanya berasa banget alaminya.

**5. Apakah informasi pada kemasan sudah cukup menjelaskan?**

Menurut saya informasi pada kemasannya sudah cukup jelas sih karena ada info komposisi produk dan bahan utama dari produknya, malah ada penjelasan manfaatnya

**6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?**

Sudah sih, warna sama penggunaan elemennya udah cukup memvisualisasikan

**Hak Cipta :**

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



**Hak Cipta :**

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

**7. Apakah desain kemasan seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Desain kemasannya sih masih bisa masuk ke wanita dan laki-laki ya

Tanggal : 5 Agustus 2024

Narasumber : Zaza

**1. Bagaimana kualitas kemasannya?**

Kualitasnya menurut saya sudah cukup kuat, kuncinya juga sudah kuat.

**2. Apakah kemasannya mudah digunakan?**

Kemasannya mudah digunakan sih, dibuka tutupnya juga gampang.

**3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?**

Setelah aku coba sih kemasannya mudah di taro yaa, ga gampang jatuh

**4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasan tersebut?**

Kesan pertama ketika melihat kemasannya itu fun banget si, diliat dari warnanya. kesan alaminya juga dapet dari warna hijaunya si

**5. Apakah informasi pada kemasan sudah cukup menjelaskan?**

Informasi pada kemasannya sudah cukup karena terdapat kandungan, dan manfaat dari produk. ada juga cara penggunaannya

**6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?**

Sudah sih, dari warnanya juga sudah keliatan kalau produk chlove ini alami

**7. Apakah desain kemasan seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Desain kemasannya sih masih bisa masuk ke wanita dan laki-laki ya



Tanggal : 15 Agustus 2024  
Narasumber : Andiara Kirana

**1. Bagaimana kualitas kemasannya?**

Kemasannya cukup kuat sih untuk produk skincare kuncian bawahnya juga udah kuat

**2. Apakah kemasannya mudah digunakan?**

Kemasannya mudah digunakan sih, dibuka tutupnya juga gampang.

**3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?**

Kemasannya mudah di taro dan di bawa sih, karena bentuknya kotak jadi gampang kalo di taro

**4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasannya tersebut?**

Kesan pertamanya sih fun ya karena dari layout sama penggunaan warnanya yang ga terlalu kaku

**5. Apakah informasi pada kemasannya sudah cukup menjelaskan?**

Informasi pada kemasannya sudah cukup karena terdapat kandungan, dan manfaat dari produk. ada juga cara penggunaannya

**6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?**

Dari warnanya sih udah memvisualisasikan kata alami yaa

**7. Apakah desain kemasannya seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Desain kemasannya sih udah cocok ya tapi kayaknya emang lebih cocok ke wanita sih

**Hak Cipta :**

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



Tanggal : 15 Agustus 2024  
Narasumber : Salsabila Evandrie

**1. Bagaimana kualitas kemasannya?**

Kemasannya kuat sih, ini pake bahan art carton 310 kan jadi aman untuk produk skincare

**2. Apakah kemasannya mudah digunakan?**

Mudah sih, gampang dibuka tutup juga

**3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?**

Kemasannya gampang ditaro sih kalo bentuknya kaya gini.

**4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasannya tersebut?**

Kesan pertamanya sih alami yaa, karena penggunaan warna hijaunya sih

**5. Apakah informasi pada kemasannya sudah cukup menjelaskan?**

Informasi pada kemasannya sudah cukup karena terdapat kandungan, dan manfaat dari produk.

**6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?**

Kaya yang tadi aku bilang sih, warnanya udah memvisualisasikan alaminya itu

**7. Apakah desain kemasannya seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Kayaknya sih cowok dan cewek masih masuk sih sama desain kemasannya

**Hak Cipta :**

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2024  
Narasumber : Francisca Dena

### 1. Bagaimana kualitas kemasannya?

Kualitas kemasannya oke sih untuk produk skincare mah

### 2. Apakah kemasannya mudah digunakan?

Mudah sih, gampang dibuka tutup juga

### 3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?

Gampang ditaro sih, gampang dikeluarin juga dalemnya

### 4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasannya tersebut?

Kesan pertamanya sih fun yaa, aku liat dari desainnya sih

### 5. Apakah informasi pada kemasannya sudah cukup menjelaskan?

Informasi pada kemasannya udah lengkap sih, ada komposisi, bahan utama dan manfaat juga ada di kemasannya.

### 6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?

Dari desainnya sih aku liatnya fun yaa, kaya atraktif gitu

### 7. Apakah desain kemasannya seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?

Kayaknya sih cowok dan cewek masih bisa masuk sih

#### Hak Cipta :

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



Tanggal : 16 Agustus 2024  
Narasumber : Fauzia Alya Yasmine

**1. Bagaimana kualitas kemasannya?**

Kualitasnya kemasannya sih udah kuat ya kayaknya, kaya yang aku suka beli sih kualitasnya

**2. Apakah kemasannya mudah digunakan?**

Mudah sih, gampang dibuka tutup juga

**3. Apakah kemasannya mudah di taro dan di bawa kemana saja?**

Gampang ditaro sih, mungkin karena bentuknya kotak juga ya jadi gampang di taro

**4. Apa kesan pertama ketika melihat kemasannya tersebut?**

Kesan pertamanya sih pas liat desain kemasannya sih alami yaa

**5. Apakah informasi pada kemasannya sudah cukup menjelaskan?**

Informasi pada kemasannya udah lengkap sih, ada bahan utamanya green tea sama ada kandungan lainnya

**6. Apakah warna dan elemen visualnya sudah memvisualisasikan kata alami dan friendly?**

Warnanya sih memvisualisasikan alami banget

**7. Apakah desain kemasannya seperti ini cocok untuk target pasar wanita dan laki-laki?**

Kayaknya cewek yang lebih masuk deh sama desainnya

**Hak Cipta :**

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

## Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:63942507

### ● 18% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 17% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

#### TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id Internet	5%
2	journal.lppmunindra.ac.id Internet	1%
3	media.neliti.com Internet	<1%
4	glints.com Internet	<1%
5	kc.umn.ac.id Internet	<1%
6	text-id.123dok.com Internet	<1%
7	prosiding.pnj.ac.id Internet	<1%
8	repository.stsrdivisi.ac.id Internet	<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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



# Muhammad Aqmal Xavier

DESAIN GRAFIS

### PROFIL

Saya desainer grafis yang progresif, inovatif, dan berorientasi pada hasil dengan lebih dari 3 tahun pengalaman langsung yang tak ternilai dalam mengerjakan berbagai proyek desain kreatif, motion graphic, dan proyek konseptualisasi visual apa pun yang tersebar di berbagai perusahaan swasta, perusahaan makanan dan minuman, perusahaan edutech, dll.

### PENDIDIKAN

**Politeknik Negeri Jakarta**  
D4 Desain Grafis (2020-2024)

### PENGALAMAN

- **INBOUND.ID CREATIVE AGENCY**  
Graphic Design Intern (January 2024 - Sekarang)
- **ORBIT FUTURE ACADEMY**  
Graphic Design Intern (Agustus 2023 - December 2023)
- **RASA GROUP**  
Graphic Design Intern (May 2022 - May 2023)

### BAHASA

INGGRIS  
INDONESIA

 **Telepon**  
081298130370

 **Email**  
aqmalx@gmail.com

 **Alamat**  
Purigading Blok PGUR No 22