



© 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 DESAIN

### PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER BRAND ATTAQI PARFUM



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

Oleh:  
**ALYA SARI HAYAT**  
**NIM: 2006421039**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2024**



## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Brand  
Attaqi *Perfume*  
Penulis : Alya Sari Hayat  
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, 1 Juli 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

Nanang Wahyudi, S.Sos  
NIP. 520000000000000079

Dosen Pembimbing II

Drs. Cecep Gunawan, M.Si  
NIP. 196104261997021001

### 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

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER BRAND ATTAQI PARFUM

Oleh:

ALYA SARI HAYAT  
2006421039

Disahkan:

Depok, 19 Agustus 2024

Penguji I

Penguji II

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds  
NIP. 199005112019032019

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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

### PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER BRAND ATTAQI PARFUM

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, 1 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



Alya Sari Hayat  
NIM. 2006421039



## ABSTRAK

Bisnis parfum lokal di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat, sehingga para pengusaha parfum perlu bersaing dengan menciptakan citra merek yang unik pada produk mereka. Citra merek ini bisa diterapkan melalui kemasan produk, yang merupakan elemen pertama yang dilihat oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi kemasan untuk memiliki tampilan visual yang menarik karena dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. *Attaqi Perfume* adalah merek parfum *extrait de perfume* yang menawarkan lima varian aroma dan membutuhkan pembaruan desain kemasan. Saat ini, *Attaqi Perfume* menggunakan desain yang sama untuk setiap variannya. Merek ini memerlukan pembaruan desain agar kemasan parfum dapat menonjolkan citra setiap varian aroma serta membedakan aroma produk. Desain juga harus mampu mengangkat citra merek yang premium, elegan, dan modern. Perancangan ulang desain kemasan *Attaqi Perfume* untuk diferensiasi varian aroma dilakukan melalui metode riset desain dengan pengumpulan data menggunakan metode campuran. Desain ulang ini mengaplikasikan elemen desain grafis berupa ilustrasi *lineart* geometris yang memberikan kesan modern, dengan warna ilustrasi yang disesuaikan dengan aroma parfum. Penggunaan warna hitam dan logo berwarna emas sebagai elemen wajib dari merek ini menimbulkan kesan premium dan elegan. Diharapkan, perancangan ulang desain ini dapat memperkuat citra yang ingin disampaikan oleh merek dan menunjukkan karakter dari setiap varian aroma pada kemasan produk. Selain itu, desain baru ini juga dapat menjadi media promosi dan informasi produk *Attaqi Perfume*. Penerapan desain baru ini juga diaplikasikan pada media turunan dengan harapan desain kemasan sekunder *Attaqi Perfume* dapat mengangkat citra merek dan lebih dikenal, sehingga mampu bersaing dengan merek parfum lokal lainnya.

Kata kunci: Perancangan ulang, Kemasan, *Attaqi Perfume*, Diferensiasi, Aroma.

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

**ABSTRACT**

*The local perfume business in Indonesia is rapidly growing, prompting perfume entrepreneurs to compete by creating a unique brand image for their products. This brand image can be applied to product packaging, which is the first element consumers see. Therefore, packaging must have an appealing visual to influence consumers' perceptions of the product. Attaqi Perfume is a brand of extrait de perfume that offers 5 different scents and requires a redesign of its packaging. Currently, Attaqi Perfume uses the same design for each product variant. The brand needs a redesign to highlight the unique characteristics of each scent and differentiate the product aromas. Design should also elevate the brand's image to be premium, elegant, and modern. The redesign of Attaqi Perfume's packaging for scent differentiation is carried out using a design research method that involves data collection through a mixed-method approach. The redesign incorporates graphic design elements such as geometric lineart illustrations that create a modern image, with illustration colors adjusted to match the perfume scents. The use of black and gold logo elements as mandatory brand elements creates a premium and elegant impression. The redesign is expected to strengthen the brand's intended image and showcase the character of each scent variant on the product packaging. Additionally, the new design can serve as promotional and informational media for Attaqi Perfume products. The new design is also applied to derivative media with the hope that the secondary packaging redesign of Attaqi Perfume can enhance the brand image and increase recognition, enabling it to compete with other local perfume brands.*

*Key Visuals: Redesign, Packaging, Attaqi Perfume, differentiation, Aroma.*



**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

## PRAKATA

Puji dan Syukur atas nikmat yang Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk menjalani perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta prodi Desain Grafis hingga sampai dapat menyusun laporan dan mengerjakan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Brand Attaqi Perfume”. Tugas Akhir ini juga dilaksanakan sebagai syarat untuk kelulusan sebagai sarjana terapan program studi Desain Grafis jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.

Pembuatan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya dukungan dan bimbingan dari orang-orang sekitar saya, terutama orang tua, saudara, keluarga serta dosen-dosen yang mendidik saya dan memberikan ilmu yang *insyaallah* dapat saya terapkan dengan baik kedepannya. Dengan laporan Tugas Akhir ini, disampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Nanang Wahyudi S, Sos. Selaku dosen pembimbing I
5. Drs. Cecep Gunawan, M. Si. Selaku dosen pembimbing II
6. Seluruh jajaran dosen Teknik Grafika dan Penerbitan, khususnya dosen program studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingannya selama ini.
7. Ibu Risma Febriani dan Bapak Defry Triandi selaku Owner *Attaqi perfume* yang memberikan saya kesempatan untuk menjadikan produknya sebagai objek laporan.
8. Mama Mega Sari dan Alm. Hayat Ali selaku orang tua saya yang selalu *support* dan menyayangi anak-anaknya.
9. Ema atau Ibu Gema Sari dan keluarga. Selaku tante saya yang banyak mendukung proses Pendidikan dan membantu saya selama jauh dari rumah.



## © 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

10. Ismah Nadhilah Sari, Rahmi Sari Hayat, Dian Muthia Sari selaku saudari saya yang banyak mendukung dan menyemangati proses Pendidikan saya.
11. Keluarga besar Zubirudin dan Martinah Latief yang selalu memberikan semangat dan bantuan selama proses Pendidikan saya.
12. Teman teman Young Entrepreneur yakni Fath Elvaretta, Nadila Doji, Nusaibah Hanifah yang selalu memberikan hiburan, membantu, dan menemani pengerjaan TA ini.
13. Teman-teman DG B 2020 yang selalu berjuang Bersama hingga akhir semester dan selalu saling membantu dalam masa perkuliahan hingga masa pengerjaan TA saat ini.

Juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Laporan ini ditulis dengan sebenar-benarnya sebagai tanggung jawab dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir. Terima Kasih.

Depok, 24 Mei 2024

Alya Sari Hayat

**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

## 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
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan .....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kemasan .....	6
2.1.1 Definisi Kemasan.....	6
2.1.2 Fungsi Kemasan.....	7
2.1.3 Klasifikasi Kemasan .....	8
2.1.3 Material kemasan karton.....	10
2.1.4 Kontruksi Kemasan Karton .....	13
2.2 Desain Grafis Kemasan .....	16
2.2.1 Elemen Desain Grafis Kemasan .....	16
2.2.2 Prinsip Desain Grafis Kemasan .....	24
2.3 Metode Riset Desain .....	30
<b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Desain.....	33
3.1.1 Kreatif atau Konseptual ( <i>Creation</i> ) .....	33



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

3.2 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.2.1 Data Primer .....	35
3.2.2 Data Sekunder .....	38
3.3 Data dan Analisis .....	38
3.3.1 Profil Klien .....	38
3.3.2 Product Knowledge .....	39
3.3.3 Kompetitor .....	41
3.3.4 Positioning .....	44
3.3.5 <i>Consumer Insight</i> .....	44
3.3.6 Analisis SWOT .....	45
3.4 Arahan Kreatif .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Konsep Visual .....	50
4.1.1 <i>Mindmap</i> .....	50
4.1.2 <i>Moodboard</i> .....	51
4.1.3 Alternatif tema konsep visual .....	52
4.2 Proses Desain .....	52
4.2.1 Sketsa Kasar ( <i>Thumbnail</i> ) .....	52
4.2.2 Sketsa Halus .....	53
4.2.3 Desain Komprehensif .....	57
4.2.4 Desain Tepilih .....	59
4.2.5 <i>Mockup dan Testing</i> .....	65
4.2.6 <i>Final Artwork</i> .....	68
4.3 Pertimbangan Produksi .....	69
4.4 Media Pendukung .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
5.1 Simpulan .....	74
5.2 Saran .....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori Desain Kemasan ATTAQI Perfume.....	6
Gambar 2. 2 Kemasan Primer .....	9
Gambar 2. 3 Kemasan Sekunder.....	9
Gambar 2. 4 Kemasan Tersier .....	10
Gambar 2. 5 Contoh Kertas Dupleks .....	11
Gambar 2. 6 Contoh Art Carton .....	12
Gambar 2. 7 Contoh Ivory Carton.....	12
Gambar 2. 8 Contoh Corrugated Carton .....	13
Gambar 2. 9 Tube Folding Packaging.....	14
Gambar 2. 10 Tray Folding Packaging .....	14
Gambar 2. 11 Sleeve Tray Packaging .....	15
Gambar 2. 12 Multipack Packaging.....	15
Gambar 2. 13 Contoh Warna Merah .....	17
Gambar 2. 14 Contoh Warna Kuning.....	18
Gambar 2. 15 Contoh Warna Biru.....	18
Gambar 2. 16 Contoh Warna Coklat .....	19
Gambar 2. 17 Contoh Warna Hitam .....	19
Gambar 2. 18 Contoh Warna Emas .....	19
Gambar 2. 19 Contoh Huruf Serif.....	20
Gambar 2. 20 Contoh Huruf Sans Serif .....	21
Gambar 2. 21 Contoh Huruf Script.....	21
Gambar 2. 22 Contoh Huruf Dekoratif .....	21
Gambar 2. 23 Foto pada kemasan .....	22
Gambar 2. 24 Ilustrasi Kartun pada Kemasan .....	23
Gambar 2. 25 Ilustrasi Dekoratif pada Kemasan .....	23
Gambar 2. 26 Ilustrasi naturalis pada kemasan.....	24
Gambar 2. 27 Contoh elemen simetris .....	25
Gambar 2. 28 Contoh elemen asimetris .....	25
Gambar 2. 29 Contoh Elemen Radial .....	25
Gambar 2. 30 Prinsip Irama .....	26
Gambar 2. 31 Contoh Penekanan Tipografi.....	27
Gambar 2. 32 Contoh Penekanan Bentuk .....	27
Gambar 2. 33 Contoh Penekanan Warna .....	28
Gambar 2. 34 Contoh Penekanan Ukuran.....	28
Gambar 2. 35 Contoh Prinsip Kedekatan.....	29
Gambar 2. 36 Contoh Prinsip Kesenambungan.....	29
Gambar 2. 37 Prinsip Kesamaan.....	29
Gambar 3. 1 Proses Wawancara Via Whatsapp.....	36
Gambar 3. 2 Produk Attaqi Perfume .....	37
Gambar 3. 3 Logo Attaqi Perfume .....	38

### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Gambar 3. 4 Penjelasan Aroma Attaqi Perfume.....	40
Gambar 3. 5 Logo Saff & Co .....	41
Gambar 3. 6 Kemasan Saff & Co.....	42
Gambar 3. 7 Logo Labcitane.....	42
Gambar 3. 8 Kemasan LABCITANE.....	43
Gambar 3. 9 Logo Zior.....	43
Gambar 3. 10 Kemasan Zior .....	43
Gambar 4. 1 Mindmap .....	50
Gambar 4. 2 Moodboard.....	51
Gambar 4. 3 Sketsa Thumbnail.....	53
Gambar 4. 4 Sketsa Halus Alt 1 .....	54
Gambar 4. 5 Sketsa Halus Alt 2 .....	54
Gambar 4. 6 Sketsa Halus Alt 3 .....	55
Gambar 4. 7 Sketsa Halus Alt 4 .....	56
Gambar 4. 8 Sketsa Halus Alt 5 .....	56
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif Alternatif Kemasan 1.....	57
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif Alternatif Kemasan 2.....	58
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif Alternatif Kemasan 3.....	59
Gambar 4. 12 Desain Terpilih .....	59
Gambar 4. 13 Struktur Sleeve .....	61
Gambar 4. 14 Struktur tray.....	61
Gambar 4. 15 Font terpilih .....	62
Gambar 4. 16 Logo Attaqi Perfume .....	62
Gambar 4. 17 Palet Warna Kemasan.....	63
Gambar 4. 18 Ilustrasi Kemasan .....	64
Gambar 4. 19 Regulasi Informasi Kemasan .....	64
Gambar 4. 20 Proses Desain FAW.....	65
Gambar 4. 21 Mockup Digital .....	66
Gambar 4. 22 Mockup Fisik .....	66
Gambar 4. 23 Testimoni Desain Baru dari Klien.....	67
Gambar 4. 24 Struktur FAW .....	68
Gambar 4. 25 Varian Aroma.....	71
Gambar 4. 26 Desain Banner Shopee .....	71
Gambar 4. 27 Mockup Tampilan IG .....	72
Gambar 4. 28 Desain sticker label .....	72
Gambar 4. 29 Tampilan Label.....	73
Gambar 4. 30 Thank You Card.....	73



**Hak Cipta :**

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

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matrix SWOT.....	46
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	47
Tabel 4. 1 Perkiraan Harga Cetak.....	69





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran- 1 Transkrip Pembimbing ke-1
- Lampiran- 2 Transkrip Pembimbing ke-2
- Lampiran- 3 Transkrip Wawancara Klien
- Lampiran- 4 Kuesioner Konsumen
- Lampiran- 5 Hasil Testing Konsumen
- Lampiran- 6 Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran- 7 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang banyak masyarakat yang lebih sadar akan kebutuhan untuk merawat diri agar meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini memberikan dampak peningkatan yang sangat signifikan pada besarnya potensi Industri kosmetik dan parfum lokal yang ada di Indonesia, peningkatan industri kosmetik dan parfum lokal hingga mencapai 3,83% ke PDB pada kuartal III di 2023 (Hasan, 2024). Pada perkembangan bisnis parfum sendiri di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan pendapatan hingga mencapai 462,1 Juta Dollar AS pada tahun 2026.

Awal mula popularitas dari perkembangan bisnis parfum di Indonesia yaitu sejak tahun 2017-2018, yang di mana muncul banyak *brand* lokal dengan beragam jenis parfum dan aroma yang ditawarkan. Kemunculan bisnis Industri parfum lokal pada awalnya juga tak lepas dari stigma negatif masyarakat yang menganggap bahwa parfum lokal identik dengan parfum isi ulang. Parfum isi ulang biasanya identik dengan aroma yang kurang enak dan terlalu mencolok. Dan pengetahuan masyarakat tentang parfum sudah banyak berkembang, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih parfum untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dalam pemilihan jenis parfum dan jenis aroma untuk menunjang gaya hidup, hal ini mendorong bisnis parfum lokal Indonesia untuk berinovasi menciptakan aroma yang khas dengan kenunikannya sendiri. Tidak hanya selektif dalam pemilihan aroma parfum, masyarakat juga sangat selektif dengan jenis parfum berdasarkan konsentrasi kandungan parfum, karena kandungan pada konsentrasi parfum menjadi dasar dari ketahanan aroma parfum yang dipakai (Hidayatullah, 2021).

Parfum dibagi menjadi 5 jenis yang dibedakan berdasarkan banyaknya konsentrasi pewangi yang terkandung dengan pelarutnya. Ke 5 jenis parfum yang ada yaitu *extrait de Perfume* dengan konsentrasi pewangi 20-30%, *eau de perfume* 8-15%, *eau de toilette* 4-8%, *eau de cologne* 3-5%, dan *splash cologne* 1-3%

**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

(Mustakim et al., 2019). Dari ke-5 jenis parfum yang ada, jenis parfum yang paling sering ditemui di pasaran merupakan jenis *extrait de perfume* dan *eau de Perfume*. Kedua jenis parfum ini memiliki kandungan konsentrasi pewangi yang tergolong tinggi dibanding dengan pelarutnya, sehingga daya tahan aroma parfumnya lebih lama. Namun semakin tinggi konsentrasi pewangi maka harga parfumnya menjadi lebih mahal.

Dengan tingginya peminat jenis parfum *extrait de parfum*, namun mengingat harga untuk jenis parfum tersebut tergolong lebih mahal. Maka untuk memenuhi kebutuhan pasar pada masyarakat golongan menengah agar dapat membeli parfum jenis *extrait de Perfume* dengan harga lebih terjangkau munculah beberapa *brand* parfum yang dapat mengakomodasi kebutuhan ini salah satunya Attaqi Perfume. Penjualan Attaqi *Perfume* didistribusikan melalui media sosial yaitu Instagram, *e-commerce* Shopee dan juga dengan sistem member. Penjualan sistem *member* yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah pada *reseller* atau agen yang bergabung ingin mendistribusikan parfum.

Attaqi *Perfume* juga sudah memiliki identitas visual yang cukup kuat. Elemen visual yang diterapkan pada Attaqi *Perfume* adalah warna Emas dan Hitam. Penggunaan kombinasi kedua warna tersebut untuk memberikan citra yang elegan dan premium, Pengemasan Attaqi *Perfume* pada jenis *extrait de parfum* menerapkan elemen visual warna emas dan hitam pada label parfum dan juga kemasan sekunder yaitu boks parfum.

Penjualan produk *extrait de Perfume brand* Attaqi *Perfume* mengalami perkembangan yang cukup pesat sejak awal berdiri pada tahun 2023 hingga saat ini pada tahun 2024. Sejak awal muncul *brand* Attaqi *Perfume* dengan berbagai varian aroma parfumnya, desain kemasan pada *brand* Attaqi *Perfume* dibuat dengan satu desain untuk setiap varian aroma parfum. Hal ini dikarenakan pada awal munculnya *brand*, penjualan belum meningkat banyak seperti saat ini dan juga desain kemasan yang sama dapat mempermudah produksi.

Dilakukan sebuah observasi terhadap konsumen pada *brand* tersebut. Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan bahwa konsumen membutuhkan pembeda atau diferensiasi terhadap varian produk parfumnya agar dapat





## © 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

memudahkan konsumen dalam membedakan setiap varian aroma parfum yang ditawarkan oleh *brand Attaqi Perfume* karena dengan desain kemasan saat ini konsumen kurang mudah untuk mengidentifikasi aroma parfum selain harus melihat tulisan pada kemasan secara langsung. Dengan bertumbuhnya penjualan *brand Attaqi Perfume*, pemilik *brand* menyadari bahwa sudah saatnya dilakukan penyegaran desain untuk produk *Attaqi Perfume*.

Berdasarkan dari Tiyaningsih et. al. (2023) merancang ulang sebuah desain dapat dilakukan sebagai upaya untuk memecahkan masalah pada sebuah produk dagang dan dapat menaikkan kesuksesan dan daya jual produk dagang. Dikutip dari Syahputra et. al. (2020) hasil penelitian sebelumnya yang melakukan perancangan ulang desain kemasan produk pasta gigi Enzim Anak-anak dengan mengubah desain kemasan menjadi lebih menarik dengan menerapkan penggunaan warna dan ilustrasi yang mencolok untuk menarik perhatian anak-anak. Desain kemasan baru untuk pasta gigi Enzim Anak-anak menerapkan warna-warna untuk menyesuaikan varian rasa dan juga memperkuat karakter yang ingin ditonjolkan pada produk. Pembaruan pada desain produk ini juga diharapkan dapat menarik minat orang tua sebagai pembeli dan juga anak sebagai pengguna produk. Sehingga, *Attaqi Perfume* juga harus dapat merancang ulang sebuah desain sebagai upaya untuk memecahkan masalah pada sebuah produk dagang dan dapat menaikkan kesuksesan dan daya jual produk.

Dibutuhkannya pembaruan pada desain kemasan produk *Attaqi Perfume* sebagai penyegaran desain pada *brand* dan pembaruan desain yang akan menjadi landasan identitas visual turunan kemasan *Attaqi Perfume*. Pembaruan ini juga dapat membantu konsumen untuk lebih mudah mengidentifikasi setiap varian aroma parfum yang ditawarkan. Pembaruan dari segi desain kemasan *brand Attaqi Perfume* juga dapat menjadi alat promosi dan media komunikasi informasi produk untuk lebih memberikan karakter dari setiap varian aroma parfum yang ditawarkan dengan media kemasan sekunder pada *brand* parfum *Attaqi Perfume*. Kemasan juga berfungsi sebagai pelindung isi produk yang akan didesain dengan berbagai varian yang akan menyesuaikan karakter dari aroma parfum, dan desain diharapkan diterapkan pada media turunan sebagai alat promosi untuk *brand Attaqi Perfume*.



## © 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

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah “Bagaimana cara merancang visual desain kemasan sekunder sebagai acuan desain untuk diferensiasi varian aroma pada kemasan *brand* Attaqi *Perfume*”

### 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan perancangan kemasan yang dilakukan, ruang lingkup pembahasan yang ditulis berfokus pada:

1. Proses perancangan ulang kemasan sekunder untuk diferensiasi varian aroma parfum *brand* Attaqi *Perfume*.
2. Penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada perancangan ulang desain kemasan Attaqi *Perfume*.
3. Penerapan desain kemasan Attaqi *Perfume* pada media turunannya.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Berdasarkan Latar belakang di atas, tujuan penulisan penelitian ini yaitu:

1. Menjelaskan proses perancangan ulang desain kemasan sekunder Attaqi *Perfume* hingga FAW.
2. Menjelaskan penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada perancangan ulang desain kemasan Attaqi *Perfume*.
3. Menjelaskan penerapan desain kemasan Attaqi *Perfume* pada media turunannya.

Serta manfaat yang didapat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menjadi acuan atau bahan referensi dalam penelitian serupa yaitu pembuatan desain perancangan ulang desain kemasan sekunder pada bidang studi Desain Grafis.
2. Perancangan ulang desain kemasan sekunder pada brand parfum Attaqi *Perfume* diharapkan dapat membantu perkembangan bisnis *brand* tersebut serta memperkuat *branding* produk sebagai strategi promosi untuk menaikkan nilai produk Attaqi *Perfume*.



**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

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian tugas akhir akan disusun dengan sistematika penulisan secara rinci. Terdapat 5 bab pada sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab pertama berisikan latar belakang laporan tugas akhir untuk perancangan ulang desain kemasan brand *Attaqi Perfume*. Bab pertama berisi rumusan masalah, ruang lingkup dan pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN PERANCANGAN**

Pada Bab kedua berisikan penjelasan teori teori dan definisi terkait projek yang dibahas pada penulisan laporan tugas akhir. Teori teori yang terdapat pada bab kedua ini meliputi teori makro dan mikro serta teori pendukung yang dibutuhkan pada penulisan laporan tugas akhir perancangan ulang desain kemasan brand *Attaqi Perfume*.

### **BAB III METODE PERANCANGAN**

Pada Bab ketiga ini berisikan metode perancangan untuk mendukung penelitian laporan tugas akhir akhir perancangan ulang desain kemasan *brand* *Attaqi Perfume*. Serta berisikan profil klien, Arahan klien terkait projek yang dilaksanakan, riset yang dilakukan dan juga arahan kreatif hasil analisis arahan klien dan riset konsumen.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN**

Pada Bab keempat berisikan proses perancangan desain kemasan yang dilaksanakan pada perancangan ulang desain kemasan brand *Attaqi Perfume*. Proses perancangan desain yang dimulai dari melakukan *brainstorming* ide dengan membuat mindmap, moodboard, sketsa desain, digitalisasi hingga FAW.

### **BAB V PENUTUP**

Bab kelima berisikan kesimpulan dan saran yang didapatkan dari pelaksanaan proses perancangan ulang desain kemasan brand *Attaqi Perfume*.



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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dalam pelaksanaan perancangan ulang desain kemasan sekunder brand Attaqi *Perfume* yang berfokus sebagai diferensiasi varian aroma Attaqi *perfume* adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses perancangan ulang desain kemasan sekunder untuk brand Attaqi *Perfume* didapati bahwa brand Attaqi *perfume* membutuhkan perancangan ulang desain kemasan agar memiliki tampilan kemasan yang memberikan visual diferensiasi pada varian aroma Attaqi *Perfume*, perancangan dilaksanakan dengan menerapkan prinsip dan metode desain grafis. Metode riset desain digunakan pada perancangan ulang desain kemasan sekunder untuk brand Attaqi *Perfume* diawali dengan mengumpulkan data baik primer dan sekunder, selanjutnya data diolah dalam bentuk matrix SWOT dan *Creative Brief* sebagai bagian dari tahapan konseptual, dari tahapan ini diketahui bahwa brand memiliki *tone and manner* yang premium, elegan dan modern. Setelah memiliki data sebagai landasan selanjutnya melakukan tahapan *creation* dengan membuat konsep visual perancangan desain, ditahap ini dilakukan *mindmap*, *moodboard*, sketsa kasar, sketsa komprehensif, hingga *mockup*. Pada tahap *creation*, desain dikembangkan dengan mengeksplor elemen desain dan warna yang menggambarkan *tone and manner brand*, sehingga dibuatlah rancangan desain yang baru dengan membuat ilustrasi lineart geometris yang memberikan kesan modern, penerapan warna hitam dan logo emas tidak hanya sebagai elemen mandatori brand, tetapi juga memberikan kesan elegan dan premium pada kemasan. Ilustrasi lineart dibuat dengan warna stoke yang berbeda pada setiap varian aroma parfum sebagai diferensiasi varian aroma Attaqi *Perfume*. Setelah proses perancangan, rancangan final desain kemasan yang baru disiapkan untuk dicetak dan diberikan kepada klien sebagai bagian dari *FAW*.



## © 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

2. Pada perancangan kemasan sekunder brand Attaqi *perfume*, elemen desain desain yang diterapkan yakni ilustrasi *lineart* geometris yang mengukung prinsip irama. Elemen warna hitam dan elemen logo emas sebagai elemen mandatori brand memberikan kesan elegan dan premium pada kemasan. Logo juga menerapkan prinsip penekanan pada warna yang kontras dari warna hitam pada *background*. Keseluruhan desain pada kemasan mengaplikasikan prinsip keseimbangan simetris.
3. Desain kemasan Attaqi *perfume* yang baru juga diterapkan pada media turunan yakni stiker label, banner digital, postingan *feed* IG, dan thank you card. Pembuatan media turunan tersebut dirancang untuk memperkuat *branding* Attaqi *Perfume* dan sebagai sarana promosi Attaqi *Perfume*.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan ulang desain kemasan sekunder brand Attaqi *perfume*, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Perancang ulang desain kemasan ini bertujuan untuk meningkatkan citra brand dan sebagai sarana promosi, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan kajian tentang dampak perancangan ulang desain kemasan terhadap peningkatan citra brand dan efektivitas desain kemasan sebagai sarana media promosi dikalangan konsumen.
2. Penelitian ini masih berupa *prototype*, sehingga untuk hasil final rancangang yang akan dicetak secara masal harus diperhatikan dengan baik untuk meminimalisir kesalahan cetak. Disarankan memperhatikan lebih detail kesesuaian file cetak, *technical drawing*, kesesuaian material hingga teknik cetak yang dibutuhkan kemasan agar membantu memudahkan klien dalam proses cetak.



**Hak Cipta :**

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

## DAFTAR REFERENSI

### Buku

- Dameira, Anne (2014). *Packaging Handbook*. Jakarta: Link & Match Graphic
- Julianti, Sri (2014). *The Art Of Packaging : Mengenal Metode, Teknik Dan Strategi Pengemasan Produk Untuk Branding Dengan Hasil Maksimal*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Julianti, Sri (2024). *A practical guide to folding cartons*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hendratman, Hendi (2014). *Computer Graphic Design* (Edisi ke-2). Bandung: Informatika Bandung.
- Rahardjo, S.T (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Sleman: Deepublish.
- Wahyudi, N dan Satriono, S (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Winarno, F.G dan Oktaria, A (2020). *Bahan Dan Kemasan Alami : Perkembangan Kemasan Edible*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

### Jurnal

- Hidayatullah, Fitriani. 2021. *Skripsi Persepsi Masyarakat Di Kabupaten Pinrang Terhadap Jual Beli Parfum Beralkohol (Analisis Hukum Islam)*.
- Mustakim, Muhamad Nur, Maya Sari, and Muhammad Nur Kholis. 2019. *Pemanfaatan Minyak Biji Kopi (Fine Robusta Toyomerto) Sebagai Bahan Baku Pembuatan Parfum Eau De Toilette*. *Agroindustrial Technology Journal* 3 (1): 20. <https://doi.org/10.21111/atj.v3i1.3793>.
- Pramesti, Rachmadita Dwi, Oktavia Siregar, and Regi Jusnia Ramli. 2024. *Perancangan Struktur Kemasan Makanan Akar Kelapa*. 20.
- Suma, Ebitrianto, Susanto Ali Yusuf, and Julkifli Umar. 2023. *Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kopi Yamira)*. 13 (2).
- Syahputra, Aji, Nanang Wahyudi, and MRR Tiyas Maheni. 2020. *Perancangan Ulang Desain Kemasan Pasta Gigi Enzim Anak - Anak*.
- Tiyaningsih, Sulis, Moh Cholisatur Rizaq, and Pancanto Kuat Prabowo. 2023. *Redesign Kemasan Produk Herbamie Sebagai Strategi Branding*.



## © 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

*DESKOVI: Art and Design Journal* 6 (2): 195–205.  
<https://doi.org/10.51804/deskovi.v6i2.16410>.

### Website

Hasan, 2024. *Intip Potensi Cuan Bisnis Parfum Lokal di Indonesia*. Blog Ekonomi.okezone.com. Diakses pada 25 April 2024, dari <https://economy.okezone.com/read/2024/02/21/455/2973550/intip-potensi-cuan-bisnis-parfum-lokal-di-indonesia>.





## LAMPIRAN

### Lampiran- 1 Transkrip Pembimbing ke-1

	A	B	C	D
1	<b>LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR</b>			
2	PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
3	JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
4	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
5				
6	NAMA MAHASISWA	ALYA SARI HAYAT		
7	NAMA PEMBIMBING	NANANG WAHYUDI, S.Sos		
8	JUDUL TUGAS AKHIR	PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER BRAND ATTAQI PARFUME		
9				
10	KETERANGAN:			
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
14				
15				
16				
17	<b>BIMBINGAN KE-</b>	<b>TANGGAL BIMBINGAN</b>	<b>KOMENTAR PEMBIMBING</b>	<b>RENCANA PROGRESS/REVISI*</b>
18	1	20 Maret 2024	Untuk Bab 1 Harus diperkuat latar belakang permasalahan yang akan diangkat, dengan melakukan wawancara terhadap klien dan menyebar kuesioner agar mendapatkan landasan dalam pembuatan latar belakang	Membuat kuesioner dan mengerjakan Bab 1
19	2	11 April 2024	1. Setelah ini masukkan contoh beberapa brand yang ada di pasar dulu, sebelum masuk ke brand klien mu. Ini untuk menggambarkan persaingan di sub sector ini. 2. Sertakan volume nya agar justified bahwa ini terjangkau. 3. Bagian ini masih harus lebih tajam dan straight to the point.	Melakukan revisi pada Bab 1 sesuai dengan arahan pembimbing
20	3	18 April 2024	1. Kalo dari klienmu ragu atau bingung krn ketidakpahaman, nanti kita logikakan saja strategi marketingnya untuk skripsimu. 2. Artinya selama ini konsumen ada masalah mengidentifikasi varian produknya 3. Ini pola logika yang bisa dibangun sebagai alasan perubahan kemasan. Intinya kurang lebih seperti ini, silakan kamu tuliskan dengan gaya kalimatmu sendiri. 4. basically OK Al, hanya sedikit penyesuaian di poin ruang lingkup agar selaras dengan poin di tujuan saja. Boleh Lanjut ke Bab 2	Melaksanakan revisi untuk Bab 1 sesuai feedback pembimbing, setelah itu mulai mencari teori untuk mengerjakan Bab 2
21	4	27 April 2024	Al, saya sudah cek. Mostly ok. Beberapa catatan: 1. Judul material kemasan, langsung saja "material kemasan karton" krn isinya lbh ke karton saja 2. Kemasan multipack coba cek lagi. Secara definisi itu artinya kemasan yg berisi bbrp produk di dlmnya. Bahwa dia bisa untuk kemasan display, itu salah satu fungsinya jika memang dibuat untuk itu 3. Elemen dan prinsip desain, mgkn lebih baik langsung kasih judul "elemen desain grafis kemasan" dan "prinsip desain grafis kemasan". Di kalimat pembukanya bisa kamu tuliskan bahwa desain grafis kemasan merupakan bagian dr desain grafis, sehingga elemen dan prinsipnya sama dgn elemen dan prinsip desain grafis secara umum.	Melakukan revisi pada Bab 2 sesuai arahan pembimbing
22	5	29 April 2024	1. Beres Al. Dapat lanjut ke Bab 3 2. Nanti kalo keburu, akan lebih bagus jika contoh gambar yang di prinsip desain juga pake desain kemasan, biar relate sama projectnya	Merubah gambar pada prinsip desain sesuai arahan dan memulai pengerjaan Bab 3
23	6	07 Mei 2024	1. Ini ada yg bisa dipake, ada yg perlu di update. Bisa dibagi 3 cluster Screening, Preferensi parfum, Awareness Attaqi 2. Urutan pertanyaan jg bisa di fine tuning biar lbh terstruktur 3. buat kuesioner baru agar insight lebih lengkap untuk membantu pembuatan SWOT	Melakukan pembuatan kuesioner baru dengan fine tuning agar lebih terstruktur sesuai arahan pembimbing
24	7	15 Mei 2024	1. perbaiki beberapa poin di kuesioner agar lebih jelas 2. di 3.1 Metode Desain Ini menjelaskan penerapan proses CREATION (sesuai teori di bab 2) pada proses di project klienmu ini.	memperbaiki pertanyaan kuesioner dan merevisi bab 3 pada metode desain sesuai arahan dosen
25	8	22 Mei 2024	1. Perbaiki lebih major di matrix SWOT 2. Jika memungkinkan bisa ditambahkan responden kuesioner setidaknya 50 responden	Menambah waktu pengumpulan kuesioner dan juga memperbaiki strategi SWOT
26				*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

#### Hak Cipta :

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

	A	B	C	D
26	7	26 Juni 2024	Tandai kata visual pada minmap dan lebih eksplorasi kata dengan kata benda yang sesuai	Perbaiki konsep visual dalam pemilihan kata di Mindmap
27	9	01 Juli 2024	Pilih beberapa visual untuk tiap konsep biar bisa variatif opsi desain mu nantinya. Jadi sepanjang kata katanya menurutmu mudah mewakili konsep yang mau divisualkan, OK saja kamu ambil berapapun	Perbaiki Mindmap sebelum membuat Moodboard.
28	10	03 Juli 2024	setelah mindmap di acc konsep visual dibuat dalam bentuk moodboard	pembuatan moodboard
29	11	04 Juli 2024	Moodboard sudah beres, coba bikin beberapa tema visual untuk sketsa	Membuat beberapa tema visual untuk sketsa kemasan
30	12	05 Juli 2024	Untuk sketsa, kita hanya butuh tampilan front panel saja. Panel lain akan dibuat setelah desain terpilih. Coba cek teori proses desain di bab 2 mu deh. Kamu cb pilih 5 terbaik deh. Nanti kita discuss dari pilihanmu. Proporsi logo cb pertimbangkan. Di sini blm terlihat	Pertimbangkan sketsa yang dibuat dari segi proporsi elemen dan layout, lanjutkan sketsa lebih halus dan buat shading agar tau kontras pada sketsa
31	13	13 Juli 2024	Pilih 3 untuk digitalisasi jadi sketsa komprehensif	membuat 3 sketsa komprehensif kemasan
32	14	15 Juli 2024	eksplorasi lagi tone warna pada desain biar tidak flat, selanjutnya pilih 1 desain yang akan dikembangkan	revisi tone warna agar desain tidak flat. Dan mengembangkan desain terpilih.
33	15	19 Juli 2024	Assalamualaykum Al, ada 3 notes saya di bagian proses desain. Silakan cek jga kesesuaiannya dengan struktur semnas yg diminta kampus ya. Untuk artikel semnas	perbaiki pada struktur artikel semnas
34	16	28 Juli 2024	Pertimbangkan produksi bisa kamu masukkan rencana bahan, teknik cetak, dan jumlah warna beserta sedikit alasannya. Testing ada 2 1. Test ukuran mock up (masukkan produknya) dan posisi desain apakah sudah sesuai. 2. Tes ke target konsumen. Kasih liat mock up nya, dan cek apakah konsep yg kamu mau komunikasikan dipahami konsumen atau tidak.	Perbaiki pada isi poster semnas dan pada pertimbangan produksi ditambah pada isi laporan.
35	17	29 Juli 2024	Kalo ada warna lain yg mungkin coba yang lain. Kalo moodboardnya tidak spesifik menyebut warna (hijau, biru), tapi kategori warna (warna alam, warna bright, dll) maka opsinya lebih luas. Di proses pembuatan desain terpilih bisa pake ini, lalu jelaskan proses step by step dari pembuatan FOP sampai ke seluruh panel.	Perbaiki warna elemen dan untuk struktur kemasan dibuat lebih spesifik ukurannya
36	18	02 Agustus 2024	Untuk testing, bisa bbrp cara 1. Mandiri dgn bikin mock up lalu tes ukuran dgn produknya, cek posisi desain dan warna apakah sudah sesuai. Tes kekuatan kemasan setelah ada produk. 2. Presentasi ke klien untuk dapat respon nya 3. Ke konsumen untuk cek apakah pesan yg ingin disampaikan lewat kemasan sudah bisa ditangkap atau belum. Ini bisa bbrp org saja. 5 deh  Idealnya ketiganya dilakukan.	Tambahin isi testing pada laporan
37	19	03 Agustus 2024	Ada beberapa yang harus diperbaiki pada isi laporan, mostly pada sketsa tambahin penjelasan prinsip desain keseimbangan dan penekanan	perbaiki isi laporan
38	20	05 Agustus 2024	Selebihnya sudah beres, tinggal dirapihin sedikit.	Merapihkan penulisan sedikit sebelum sebelum persetujuan ke dosen pembimbing.



## Lampiran- 2 Transkrip Pembimbing ke-2

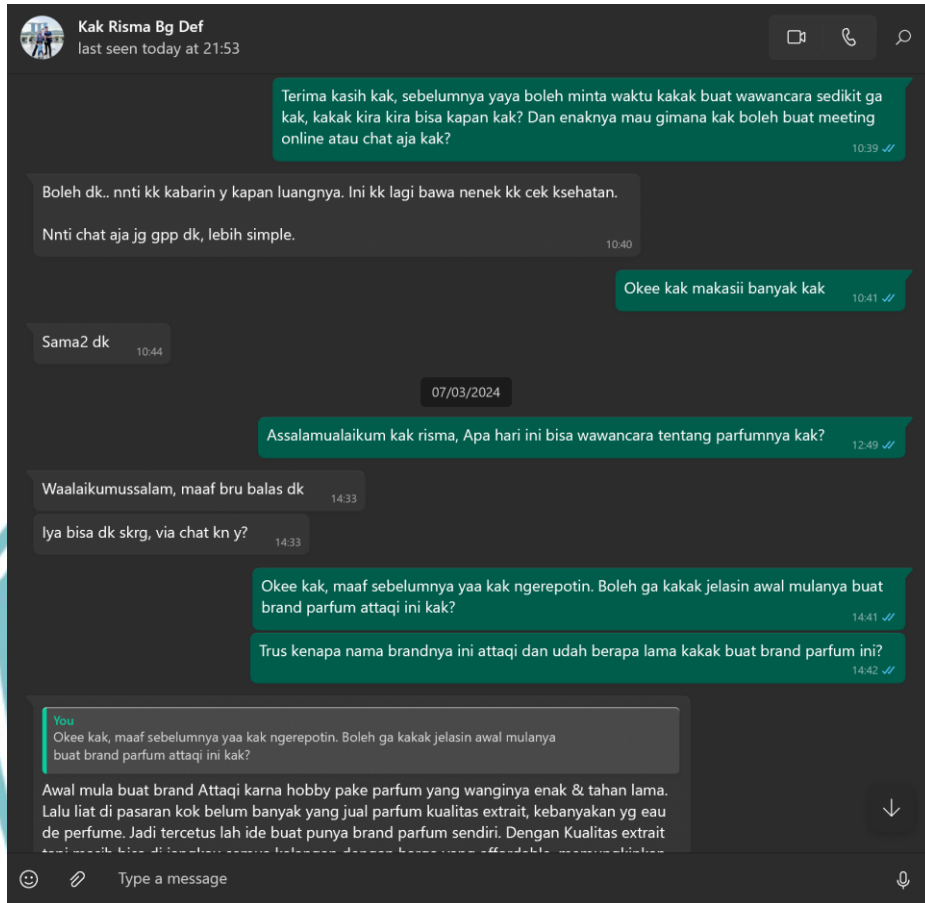
	A	B	C	D
14				
1	<b>LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR</b>			
2	<b>PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS</b>			
3	<b>JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN</b>			
4	<b>POLITEKNIK NEGERI JAKARTA</b>			
5				
6		NAMA MAHASISWA	ALYA SARI HAYAT	
7		NAMA PEMBIMBING	Drs. Cecep Gunawan, <a href="#">M.Si</a>	
8		JUDUL TUGAS AKHIR	PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER BRAND ATTAQI PARFUME	
9				
10	KETERANGAN:			
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
14				
15				
16				
17	<b>BIMBINGAN KE-</b>	<b>TANGGAL BIMBINGAN</b>	<b>KOMENTAR PEMBIMBING</b>	<b>RENCANA PROGRESS/REVISI*</b>
18	1	6 Mei 2024	- Perbaiki pada peletakkan nomor halaman. untuk lembar dengan judul bab di tengah bawah dan untuk halaman isi pada kanan atas halaman  - Pada penulisan nomor untuk sub bagian dalam sub bab harus menggunakan tutup kurung contoh: 1), 2) 3)	Perbaiki nomor halaman dan penulisan nomor sub bagian dalam sub bab
19	2	13 Mei 2024	- Bimbingan Penulisan Bab 1 dan Bab 2, Penulisan sudah benar dan di ACC sehingga dapat melanjutkan bab 3	Melanjutkan penulisan untuk bab 3
20	3	27 Mei 2024	Bimbingan bab 3 sudah sesuai, tidak ada revisi	Laporan bimbingan TA bab 3 selesai
21	4	06 Agustus 2024	Bimbingan penulisan Bab 4 dan 5, Penulisan sudah baik dan terstruktur	Laporan bimbingan TA bab 4 & 5 selesai
22	5			
23	6			
24	7			
25	8			

### Hak Cipta :

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



### Lampiran- 3 Transkrip Wawancara Klien



#### Transkrip Wawancara dengan Klien

**Q: Alya**

**A: Ibu Risma (Klien)**

**Q: Okee kak, maaf sebelumnya yaa kak ngerepotin. Boleh ga kakak jelasin awal mulanya buat brand parfum attaqi ini kak?**

**A: Awal mula buat brand Attaqi karna hobby pake parfum yang wanginya enak & tahan lama. Lalu liat di pasaran kok belum banyak yang jual parfum kualitas extrait, kebanyakan yg eau de perfume. Jadi tercetus lah ide buat punya brand parfum sendiri. Dengan Kualitas extrait tapi masih bisa di jangkau semua kalangan dengan harga yang affordable, memungkinkan semua orang bisa memiliki dan pake parfum kualitas extrait tapi gak nguras kantong.**

- 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

**Q: Trus kenapa nama brandnya ini attaqi dan udah berapa lama kakak buat brand parfum ini?**

A: Kenapa nama brandnya Attaqi, sebenarnya itu ambil dari nama Anak sih, harapannya bisnis ini bisa jangka panjang, dan kelak bisa di wariskan. Berapa lamanya dari awal november 2022, tapi di legalkan/di patenkan di HKI itu di bulan Februari tahun 2023.

**Q: Okee kak, berarti unique selling point yang kakak tonjolin dari brand parfum ini parfum extrait dengan harga terjangkau ya kak dibanding brand lain, kalau untuk variannya kan yaya liat di e-commerce ada kemasan baru itu bedanya sama yang sebelumnya apa kak? Apakah variasi atau emang ditujukan buat target yang beda?**

A: Iya benar dek, jadi kemasan yang baru itu Attaqi Perfume yg versi ekonomis dan kualitasnya pun berbeda sama yang premium (yang kualitas extrait). Untuk yang ekonomis kita pake jenis eau de toilette, yang ketahanannya hanya 3-4 jam jika di luar ruangan.

**Q: Dan parfum ini tuh ada target pembeli yang dituju ga kak?**

A: Untuk target pembeli, targetnya semua kalangan sih dek, tua, muda, laki-laki, maupun perempuan, yang butuh parfum extrait. Karna dengan harga yang dibawah 100.000 untuk kualitas extrait bagi mereka yang memang hobby parfum itu gak mahal.

**Q: Berarti untuk parfum attaqi sendiri tuh ada berapa varian kak kalau per jenis parfumnya? Trus untuk kemasan juga ada perubahan juga ya kak?**

A: Attaqi Perfume yang premium itu ada 5 varian dek Sedangkan Attaqi Perfume yang ekonomis ada 4 varian. Untuk kemasan memang berbeda antara premium dan ekonomis.

**Q: Okee kak, dari segi pengemasan sendiri. Awalnya apa yang mau kakak tonjolkan dari parfumnya kak? Kan kalau dilihat warna yang sebelumnya *Black and gold* dan yang packaging yang baru ada paduan warna lain. Itu ada alasan dari pemilihan segi desain brand nya ga kak?**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

A: dari segi kemasan untuk yang premium kan pake kotak dan busa di dalamnya, nah itu nilai plusnya kesannya lebih mewah dan juga bisa di jadikan gift / kado, bahkan sudah banyak juga yang jadikan untuk seserahan pernikahan. Untuk segi Warna, hitam itu menurut kk lebih elegan, dan lebih terkesan berkelas, jadi bisa menggambarkan isinya yang kualitas premium. Dan untuk yang ekonomis, kk bikin lebih berwarna agar terkesan fun, dan menarik untuk di coba juga.

**Q: Ooh okee kak, kalau dari kakak sendiri ada ga yang mungkin pengen kakak kembangin dari segi visual parfumnya atau packaging parfumnya?**

A: Kepengennya sih nanti attaqi perfume kemasannya lebih beda lagi dan punya ciri khas sendiri untuk kotak dan botolnya. Karna untuk kotak dan botol parfum yang dipakai saat ini masih sama semua jadi kurang mudah dibedain dan cukup pasaran.

**Q: Kalau dari identitas visual parfumnya dari logo dan pemilihan warna untuk saat ini kakak cukup puas atau mungkin ngerasa masih bisa dikembangin ga kak?**

A: Iya betul dk, untuk logonya karna sudah di patenkan di HKI jadi gak bsa diubah2 lagi dk. Tapi untuk warnanya gak menutup kemungkinan kedepannya bisa mengalami perubahan lagi.

**Q: Ooh okee kak, kalau untuk pemasaran kakak kebanyakan penjualannya gimana kak? Kan yaya liat ini ada di social media dan jual di shopee, apakah dijual secara offline juga?**

A: Kebanyakan penjualannya di sosial media dek, dengan sistem member, jadi ada harga khusus untuk yang join member (reseller, agen, dan distributor). Untuk offline biasanya itu di member yang punya toko sendiri.

**Q: Okee kak, makasii banyak yaa kak, maaf sebelumnya ngerepotin, nanti kalau yaya ada pertanyaan yaya tanya tanya lagi ke kakak ya kak. Makasii kak**

A: Iya dk, sama2 dk.. Smoga sukses.

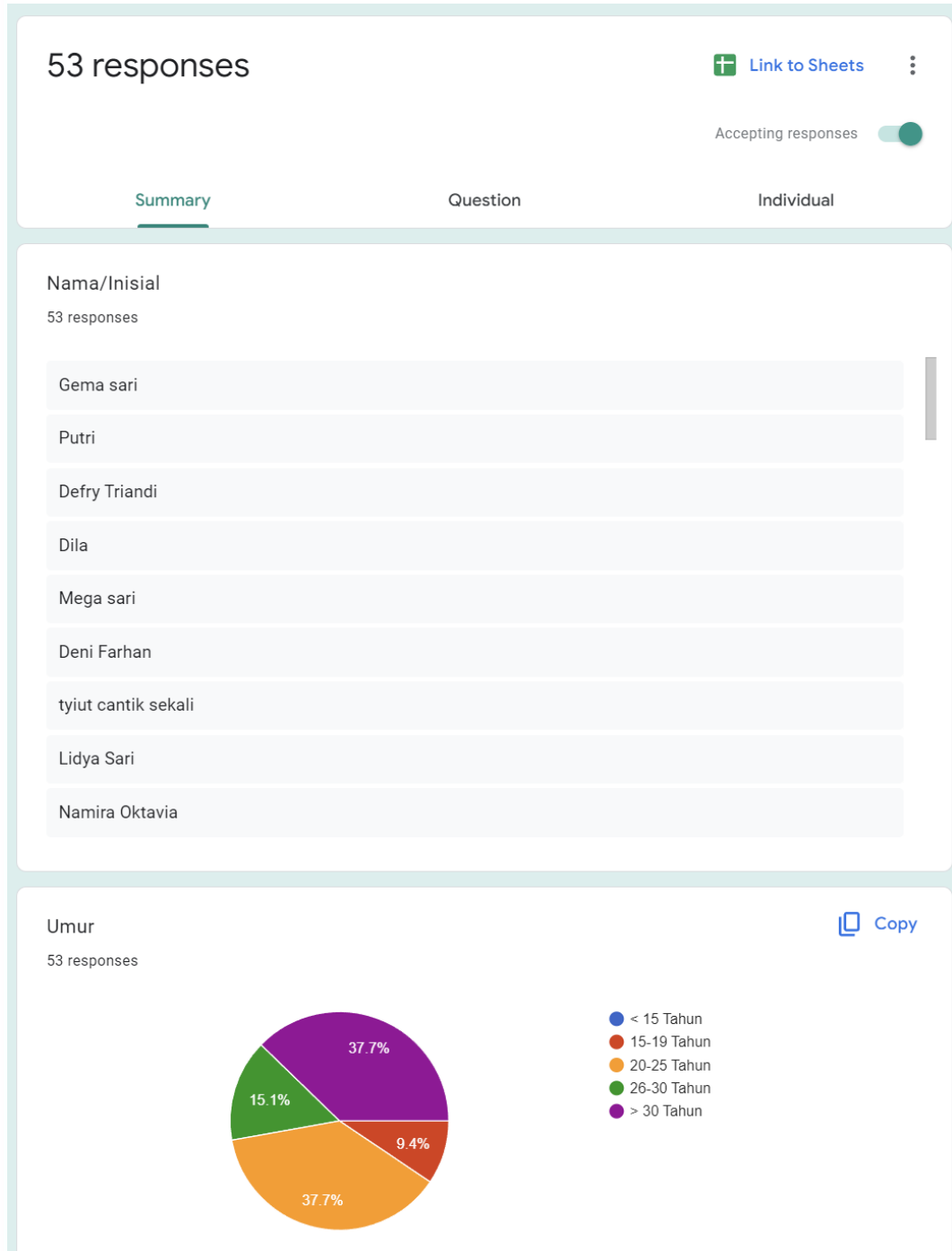


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

### Lampiran- 4 Kuesioner Konsumen







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

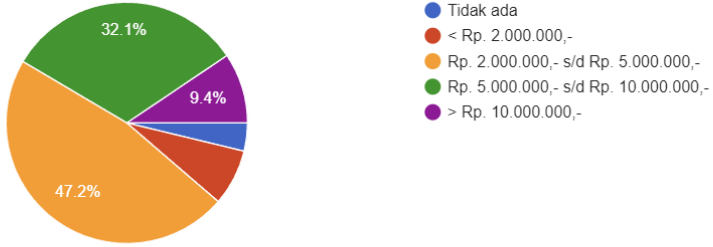
### Hak Cipta :

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

### Pendapatan Keluarga per bulan

53 responses

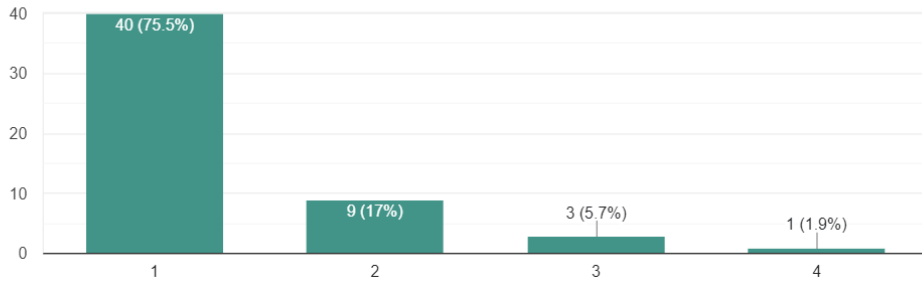
Copy



### Apa anda sering menggunakan parfum?

53 responses

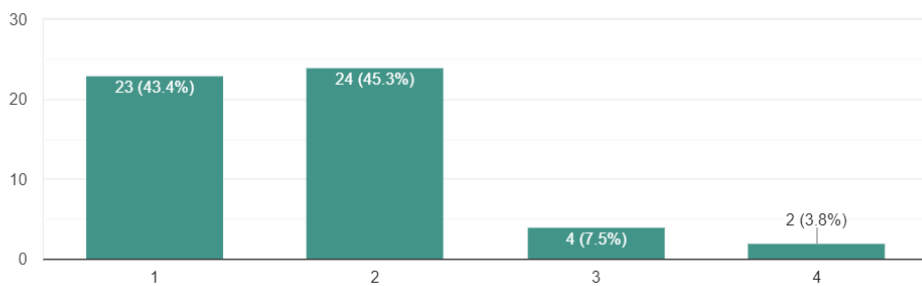
Copy



### Apakah anda sering membeli parfum?

53 responses

Copy







## © 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.

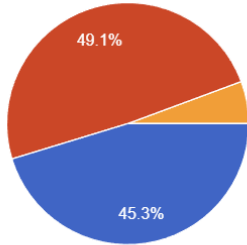
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Dimana biasanya anda membeli parfum?

[Copy](#)

53 responses

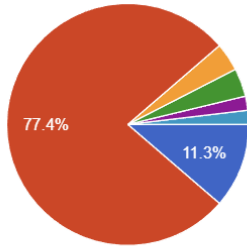


- Toko Offline (supermarket, Mall, Minimarket, dsb)
- Toko Online (Shopee, Lazada, TokoPedia, dsb)
- Media Sosial (Instagram, Facebook, dsb)

Apa pertimbangan anda saat memilih parfum?

[Copy](#)

53 responses

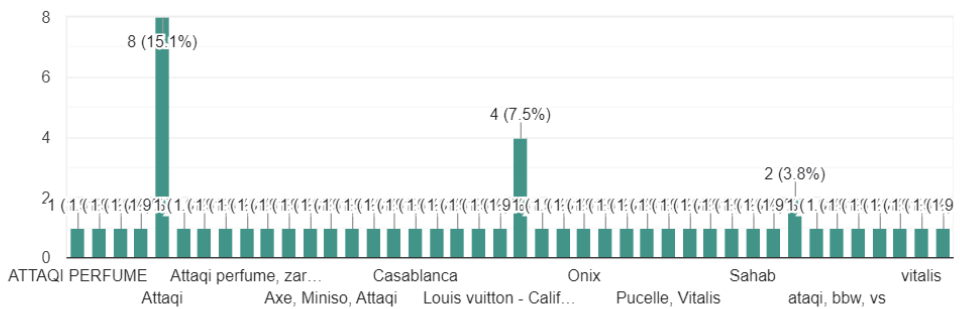


- Jenis Parfum (EDP, EDT, dsb)
- Aroma
- Kemasan yang menarik
- Harga produk
- Banyaknya isi parfum
- Ulasan/Review

Merk parfum apa yang sering anda gunakan?

[Copy](#)

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

Apa alasan anda memilih merk parfum tersebut?

53 responses

- Aroma enak
- Aroma yang enak
- Wanginya enak,byk variannya juga dan tahan lama karena type sudah extraid de parfume.
- Wangi nya enak, dan tahan lama
- Wangi enak
- Krn sudah kenal,dan terbiasa dengan aroma dan isi serta kemasannya
- Wanginya enak
- aromanya enak
- Aroma, jenis parfum, harga terjangkau,isi nya banyak dan banyak ulasan nya bagus semua

Apakah anda memiliki keluhan dari kemasan merk parfum tersebut?

53 responses

- Tidak ada
- Tidak
- tidak ada
- tidak
- engga ada
- Tidak ada, karena packaging di buat sangat bagus, exclusive, tidak seperti kemasan parfum pada umumnya
- Sejauh ini masih aman aman saja
- berat aja si
-



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

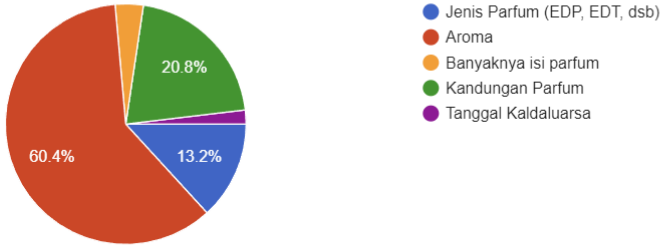
### Hak Cipta :

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

Informasi apa yang anda ingin lihat pada kemasan parfum?

[Copy](#)

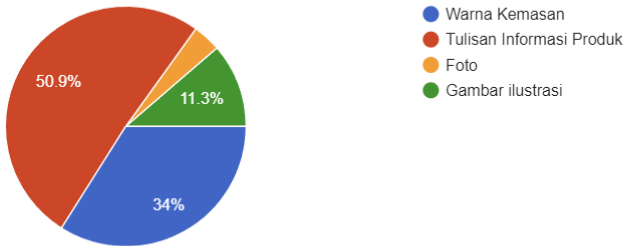
53 responses



Elemen visual apa yang menarik perhatian anda pada kemasan parfum?

[Copy](#)

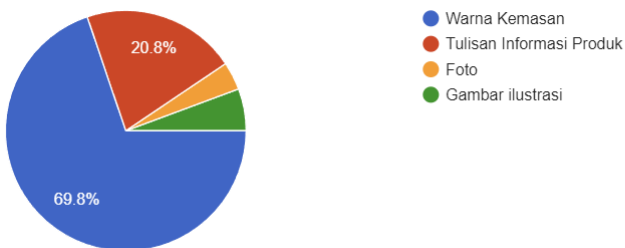
53 responses



Elemen visual apa yang menurut anda mudah untuk diidentifikasi sebagai pembeda varian produk pada kemasan?

[Copy](#)

53 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.

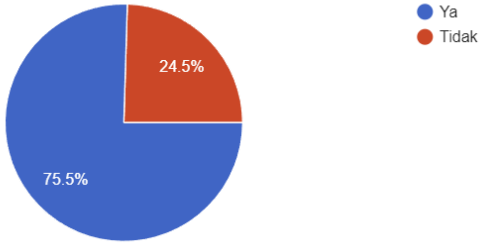
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Apakah anda mengetahui brand ATTAQI Parfume?

Copy

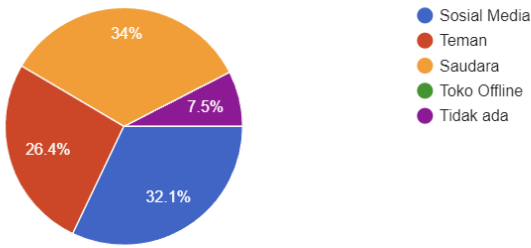
53 responses



Jika ya, dari mana anda mengetahui brand ATTAQI Parfume?

Copy

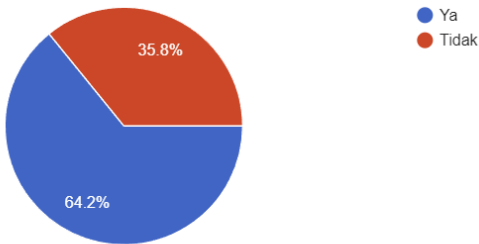
53 responses



Apakah anda pernah menggunakan brand ATTAQI Parfume?

Copy

53 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

Jika ya, apa kesan anda setelah menggunakan parfum dari ATTAQI Parfume? Jika tidak maka tulis (tidak ada)

53 responses

Tidak ada

tidak ada

-

Aroma enak

Kesan pertama wanginya lembut dan tahan lama jika di pakai

Aromanya enak, seger tapi minyak dari parfum ini terlalu berminyak sangat nempel, tapi ini yang membuat parfum ini tahan lama

Sangat menyenangkan

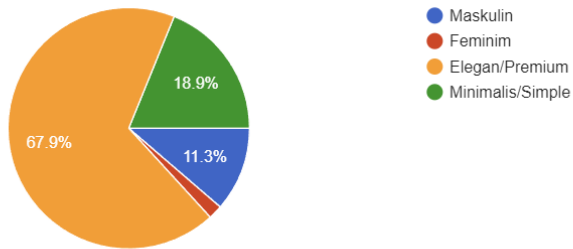
Enak, wanginya

Wangi enak

Apa kesan anda terhadap visual kemasan brand ATTAQI Parfume?

Copy

53 responses





## Lampiran- 5 Hasil Testing Konsumen



### Pertanyaan:

1. Apa pendapat kamu terhadap kemasan ini?
2. Apakah sudah memberikan citra yang premium, elegan dan Modern?
3. Apa pendapat kamu terhadap ilustrasi kemasannya?
4. Bagaimana dengan adanya perbedaan warna pada setiap variasi?

### Responden 1:

Bagus bgt kemasannya yang baru, keliatan elegan karena warna hitam sama emasnya tapi juga modern. Kalo untuk warnanya digambarnya jg jadi keliatan variannya, desain geometrisnya juga bagus, informasi yang diberikan sangat membantu untuk konsumen.

### Responden 2:

Desainnya bagus jadi lebih modern dari yang sebelumnya ya, Sebelumnya kan Cuma elegan aja keliantannya, sekarang karena ada ilustrasi geometrisnya jadi lebih modern. Tapi masih dapat kok elegan dan premiumnya. Warnanya beda jadi lebih mudah tau varian apa ini.

### Responden 3:

Ini oke, masih premium dan elegan karena warna hitam trus logonya emas. Ada ilustrasinya yang baru juga lebih oke, lebih modern. Warnanya masih sama seperti yang dulu tapi yang sekarang jadi lebih ada yang bedain ya untuk beda beda aroma.

### Responden 4:

Menurut aku desainnya jadi lebih rame ya dan kesan modern-nya masih dapat la dari ilustrasi. Kalo premiumnya dari bentuk kemasannya oke di geser jadi kerasa premium, warna hitam sama emasnya elegan. Tapi ada warna yang beda beda untuk kemasan jadi lebih bisa tau variannya.

### Responden 5:

Konsep patternnya menurut ku agak kaku. Tapi ada kesan modern, untuk elegan masih terlihat karena Paduan warna hitamnya. Tapi ada warna yang beda beda gini bagus, buat mudahin konsumen tau aroma nya beda beda.

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

Lampiran- 6 Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:64127243

PAPER NAME

Turnitin\_Alya Sari Hayat\_Perancangan UI  
ang Desain Kemasan Sekunder Brand Att  
aqi Perfume.docx.pdf

AUTHOR

Alya Sari Hayat

WORD COUNT

14192 Words

CHARACTER COUNT

86591 Characters

PAGE COUNT

80 Pages

FILE SIZE

4.0MB

SUBMISSION DATE

Aug 8, 2024 1:35 PM GMT+7

REPORT DATE

Aug 8, 2024 1:36 PM GMT+7

● 5% Overall Similarity

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

- 5% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material



Lampiran- 7 Daftar Riwayat Hidup

## ALYA SARI HAYAT

[alyasarihayat@gmail.com](mailto:alyasarihayat@gmail.com) | 082161507673 | LinkedIn : Alya Sari Hayat

### SUMMARY PROFILE

Saya seorang mahasiswi jurusan Desain Grafis dari Politeknik Negeri Jakarta. Sekarang saya berdomisili di Depok, Jawa Barat dan berasal Medan, Sumatera Utara. Saya menjadi Desainer Grafis dan illustrator karena saya memiliki minat yang tinggi dalam hal kesenian untuk mengekspresikan dan menyampaikan sesuatu, Saya sangat mementingkan tujuan dari sebuah karya desain yang dibuat, Namun ke-estetikaannya juga tak kalah penting. Selain memiliki minat yang tinggi dalam dunia seni. Saya juga memiliki keingintahuan yang besar, Saya sangat terbuka dengan hal dan pengetahuan yang baru, Saya senang belajar dan mengimplementasikan apa yang saya pelajari dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan keadaan atau tren yang ada.

### EDUCATION BACKGROUND

<b>2020 – 2024</b> D4 Desain Grafis – Politeknik Negeri Jakarta	GPA : 3.83/4.00
<b>2017 – 2020</b> SMA Negeri 1 Medan	

### EXPERIENCE

<b>ASPEBINDO</b> Graphic Designer Freelancer	Oct 2023 - NOW
<b>REPSNAS</b> Graphic Designer	Nov 2023 - Feb 2024
<b>Halodoc</b> Graphic Designer Intern	Aug 2023 - Dec 2023
<b>Berbagi Cerita</b> Graphic Designer Volunteer	Sept 2023 - Jan 2024

### TECHNICAL SKILLS

**Computer Graphic Design :**  
Adobe Illustrator, Photoshop, Figma, Adobe InDesign, Canva.

### EXPERTISE

Graphic Design, Media sosial Design, Vector Illustration, Editorial Design, Digital Imaging, Packaging Design, Advertising Design.

### PORTOFOLIO

<https://www.behance.net/gallery/172948809/Portofolio-Alya-Sari-Hayat-2023>

#### Hak Cipta :

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