



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI *BRAND* *AWARENESS* OSAKA TAKOYAKI



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
SHAFa KAYLA AZZAHRA
2106421107

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Kemasan Sebagai
Brand Awareness Osaka Takoyaki
Penulis : Shafa Kayla Azzahra
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 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Wanda Kusuma Putri, S.Sn
NIP. 520000000000000324

Dosen Pembimbing II

Maria Septian Riasanti Mola, M.I.Kom
NIP. 199209232022032012



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN
SEBAGAI *BRAND AWARENESS* OSAKA TAKOYAKI**

Oleh:

SHAFa KAYLA AZZAHRA
2106421107

Disahkan:
Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019

Penguji II

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

Kepala Program Studi

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

**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 Desain Kemasan Sebagai *Brand Awareness* Osaka Takoyaki

adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, Juli 2025

Ya.



Shara Kayla Azzahra

2106421107



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia kian berkembang pesat berkat adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, atau yang dikenal juga sebagai UMKM. Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah yang ingin menunjukkan daya tarik produknya di pasar, kemasan menjadi elemen penting dalam strategi *visual branding*. Peran kemasan bukan hanya sebagai wadah pelindung dari suatu produk, tetapi juga sebagai media promosi untuk memikat calon konsumen. Sayangnya, masih banyak UMKM yang belum memiliki *visual branding* kemasan yang sesuai dengan visi dan misi dikarenakan kurangnya pengetahuan yang cukup mengenai *visual branding*. Salah satu UMKM yang dihadapkan dengan masalah ini yaitu Osaka Takoyaki, yang saat ini menggunakan kemasan boks putih polos yang dilengkapi stiker bergambar logo dan kontak Instagram Osaka Takoyaki. Kemasan ini belum menampilkan *visual branding* sesuai dengan visi dan misi Osaka Takoyaki yaitu memperkenalkan cita rasa takoyaki otentik Jepang, dan belum memiliki pembeda dengan kompetitor sejenis. Berdasarkan permasalahan ini, Osaka Takoyaki memiliki upaya untuk membuat desain kemasan yang tidak hanya menampilkan *visual branding* Osaka Takoyaki, namun juga fungsional dan memenuhi kebutuhan produk. Metode yang digunakan dalam proyek ini yaitu metode *design thinking*, dengan metode penelitian kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Informasi yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT dan diolah menjadi arahan kreatif, yang selanjutnya menjadi acuan dalam proses perancangan desain kemasan. Hasil akhir dari proyek ini berupa desain kemasan bergaya retro dengan *tone* warna *warm* dan tipografi sans serif, dan media turunan lainnya sesuai dengan kebutuhan Osaka Takoyaki. Proyek ini diharapkan dapat membantu Osaka Takoyaki memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas, sekaligus menyampaikan visi dan misi melalui *visual branding* Osaka Takoyaki, yaitu cita rasa takoyaki otentik khas Jepang dengan isian gurita asli.

Kata kunci: Kemasan karton lipat, Osaka Takoyaki, *visual branding*.



ABSTRACT

Indonesia's economy has been growing immensely as a result of the contributions of Micro, Small, and Medium Enterprises, also widely known as MSME. For MSMEs who would like to showcase the appeal of their products, packaging becomes an important element in the strategy of visual branding. A packaging acts not only as a form of protection and safety, but also as promotional media to catch the eyes of potential customers. Unfortunately, many MSMEs have not utilized the effectiveness of branding on packaging due to a lack of sufficient knowledge and understanding regarding visual branding. One of the MSMEs being faced with such a problem is Osaka Takoyaki, who still uses a plain box packaging with a round sticker of their logo and Instagram username. This packaging has not yet presented Osaka Takoyaki's visual branding according to their vision and mission to introduce the authentic flavor of Japanese takoyaki, and the current packaging does not yet have any distinguishing features that can make it stand out from other competitors. Based on the problem at hand, Osaka Takoyaki aims to create a packaging design that is not only displaying Osaka Takoyaki's visual branding, but also functional and fulfills the product's needs. The method used in this project is design thinking, alongside the qualitative research method using data gathered through interviews, observations, and literature studies. Gathered information is then analyzed using the SWOT matrix and developed into a creative brief, which then becomes the reference during the designing process. The final result of this project is a packaging design made in retro style using warm color tones and sans serif typography, along with other derivative media according to Osaka Takoyaki's needs. This project is hoped to help Osaka Takoyaki introduce their products to a wider audience, and display Osaka Takoyaki's visual branding which is the taste of authentic Japanese takoyaki with real octopus filling.

Keywords: *Folding carton packaging, Osaka Takoyaki, visual branding.*

Hak Cipta :

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



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 penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain Kemasan Sebagai *Brand Awareness* Osaka Takoyaki”.

Dengan selesainya penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua dan keluarga penulis, khususnya Dewi Yunita selaku ibu dari penulis, dan Tiffany Claudia Cardew selaku adik dari penulis yang selalu memberi semangat dan menginspirasi penulis untuk tetap sabar dan berjuang. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak yang secara langsung atau tidak langsung telah membantu sekaligus memberi semangat dalam proses pengerjaan laporan ini, di antaranya:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, selaku Kepala Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Wanda Kusuma Putri, S.Sn dan Maria Septian Riasanti Mola, M.I.Kom selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah senantiasa sabar memberikan pengarahan selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen Desain Grafis yang telah memberikan segudang ilmu yang sungguh berarti selama masa perkuliahan Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Almh. Liea Syafitri selaku ibu kandung dari penulis, yang telah menemani penulis dari kecil hingga dewasa dan memberi semangat hidup kepada penulis baik ada maupun tiada.
7. Keluarga dari sisi Almh. Ibu, yang dengan kemurahan hatinya telah menjadi pelipur lara dan memberi dukungan kepada penulis baik secara jasmani maupun rohani.



© 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

8. Fitri Mardianti selaku *owner* Osaka Takoyaki beserta keluarga yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun Tugas Akhir, serta memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Segenap staf dan karyawan Osaka Takoyaki yang telah membantu penulis dalam proses pengumpulan data.
10. Orang-orang favorit penulis yaitu Raka, Cerry, Wenda, Juno, Cilla, dan sepupu-sepupu penulis (Khansa, Haura, dan Zita), yang sudah mewarnai hidup penulis dan senantiasa menemani penulis baik suka maupun duka selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Faisal Fadhillah, selaku mentor penulis selama magang di Shipper, yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan seputar desain grafis kepada penulis.
12. Shipper Troopers lainnya yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan laporan, khususnya pengumpulan data dan *testing*.
13. Pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dengan banyaknya kekurangan yang masih perlu dibenahi. Maka dari itu, segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima.

Semoga laporan Tugas Akhir selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya, sekaligus dapat senantiasa hadir dan memberikan manfaat bagi pembacanya.

Depok, Juli 2025

Shafa Kayla Azzahra



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4. Tujuan dan Manfaat.....	3
1.5. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1. Kemasan.....	6
2.1.1. Fungsi Kemasan.....	6
2.1.2. Klasifikasi Kemasan.....	7
2.1.3. Kemasan Karton Lipat.....	8
2.2. Material Kemasan Karton Lipat.....	9
2.3. Desain Kemasan Karton Lipat.....	12
2.3.1. Desain Struktur Kemasan Karton Lipat.....	12
2.3.2. Elemen Desain Grafis pada Surface Kemasan.....	16
2.3.3. Prinsip Desain Grafis pada Surface Kemasan.....	21
2.4. Metode Perancangan Kemasan.....	22
BAB III METODE PERANCANGAN.....	24
3.1. Metode Penelitian.....	24
3.1.1. Metode Riset Desain.....	24
3.1.2. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.2. Data dan Analisis.....	27
3.2.1. Profil Klien.....	27
3.2.2. Product Knowledge.....	28
3.2.3. Kompetitor.....	30
3.2.4. Consumer Insight.....	32
3.2.5. Hasil Analisis Data.....	37



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.3. Arahan Kreatif.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	41
4.1. Konsep Visual.....	41
4.1.1. Mindmap.....	41
4.1.2. Moodboard.....	44
4.2. Proses Desain.....	46
4.2.1. Sketsa Kasar Struktur.....	46
4.2.2. Sketsa Halus Struktur.....	47
4.2.3. Sketsa Kasar Surface.....	49
4.2.4. Sketsa Halus Surface.....	50
4.2.5. Desain Terpilih.....	53
4.2.6. Testing.....	54
4.2.7. Final Artwork.....	57
4.3. Media Pendukung.....	61
4.4. Pertimbangan Produksi.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70

**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 GAMBAR

Gambar 2.1. Kemasan berbahan kertas karton <i>duplex</i>	10
Gambar 2.2. Kemasan berbahan kertas <i>kraft</i>	11
Gambar 2.3. Kemasan berbahan kertas <i>ivory</i>	11
Gambar 2.4. Kemasan berbahan <i>grey cardboard</i>	11
Gambar 2.5. Kemasan berbahan <i>corrugated paperboard</i>	12
Gambar 2.6. Straight Tuck Box.....	13
Gambar 2.7. Reverse Tuck Box.....	14
Gambar 2.8. Lock Bottom Box.....	14
Gambar 2.9. Crash Bottom Box.....	15
Gambar 2.10. One-piece Tuck Top Box.....	15
Gambar 2.11. Pengaplikasian logo Mie Gacoan pada desain kemasannya.....	16
Gambar 2.12. Spektrum warna CMYK.....	17
Gambar 2.13. Penerapan warna primer, sekunder, dan tersier pada kemasan.....	18
Gambar 2.14. Warna dingin (<i>cool</i>) dan warna hangat (<i>warm</i>) pada kemasan.....	18
Gambar 2.15. Font sans serif pada desain kemasan.....	19
Gambar 2.16. Contoh <i>font miscellaneous</i> pada desain kemasan.....	20
Gambar 2.17. Contoh pengaplikasian ilustrasi pada desain kemasan.....	20
Gambar 3.1. Logo Osaka Takoyaki.....	27
Gambar 3.2. Kedai Osaka Takoyaki di Blok M.....	28
Gambar 3.3. Produk unggulan Osaka Takoyaki.....	28
Gambar 3.4. Kemasan Osaka Takoyaki saat ini.....	29
Gambar 3.5. Logo Gindaco.....	30
Gambar 3.6. Logo Okirobox.....	31
Gambar 3.7. Logo Shitako.....	31
Gambar 4.1. Mindmap produk dan <i>target audience</i> Osaka Takoyaki.....	42
Gambar 4.2. Mindmap produk dan <i>target audience</i> Osaka Takoyaki.....	43
Gambar 4.3. <i>Moodboard surface</i> Osaka Takoyaki.....	45
Gambar 4.4. <i>Moodboard</i> struktur Osaka Takoyaki.....	45
Gambar 4.5. Sketsa kasar struktur kemasan.....	46
Gambar 4.6. Sketsa halus struktur alternatif 1.....	47
Gambar 4.7. Sketsa halus struktur alternatif 3.....	48
Gambar 4.8. Sketsa halus struktur alternatif 4.....	48
Gambar 4.9. Sketsa halus struktur terpilih.....	49
Gambar 4.10. Lima alternatif sketsa kasar <i>surface</i> kemasan.....	50
Gambar 4.11. Sketsa halus alternatif 1.....	51
Gambar 4.12. Sketsa halus alternatif 2.....	52



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.13. Sketsa halus alternatif 3.....	53
Gambar 4.14. Desain terpilih kemasan Osaka Takoyaki.....	54
Gambar 4.15. Mockup digital kemasan Osaka Takoyaki.....	54
Gambar 4.16. Revisi desain kemasan Osaka Takoyaki.....	56
Gambar 4.17. <i>Final artwork</i> desain kemasan Osaka Takoyaki.....	57
Gambar 4.18. Warna yang digunakan dalam desain kemasan Osaka Takoyaki....	58
Gambar 4.19. Font yang digunakan dalam desain kemasan Osaka Takoyaki.....	59
Gambar 4.20. Ilustrasi yang digunakan dalam desain kemasan Osaka Takoyaki..	59
Gambar 4.21. <i>Technical drawing</i> kemasan Osaka Takoyaki.....	61
Gambar 4.22. Menu Osaka Takoyaki.....	62
Gambar 4.23. Kartu nama Osaka Takoyaki.....	62
Gambar 4.24. Stiker Osaka Takoyaki.....	63

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks SWOT.....	37
Tabel 2. Arahan kreatif.....	39
Tabel 3. Tabel matriks <i>testing</i> kemasan Osaka Takoyaki.....	55
Tabel 4. Tabel pertimbangan produksi media utama dan pendukung Osaka Takoyaki.....	63





© 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

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
2. Transkrip Wawancara
3. *Mindmap*
4. Hasil Turnitin/Cek Plagiasi
5. Dokumentasi
6. Riwayat Hidup Singkat





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia kian berkembang pesat berkat adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, atau yang dikenal juga sebagai UMKM. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit yang tersebar di berbagai macam sektor seperti kerajinan tangan, *fashion*, teknologi, jasa, hingga kuliner. Dalam menjalankan usahanya, sebuah UMKM harus memastikan bahwa produk yang dijualnya tetap terjaga kualitasnya dari tempat produksi hingga sampai di tangan konsumen. Maka dari itu, untuk menjaga kondisi produk agar tetap dalam keadaan baik, sebuah UMKM membutuhkan kemasan.

(Mukhtar & Nurif, 2015) mendefinisikan kemasan atau *packaging* sebagai wadah yang menampung sebuah produk agar terlindungi dan menambah daya tarik bagi orang yang ingin membelinya. Berdasarkan definisi tersebut, kemasan tidak hanya berperan sebagai wadah pelindung dari suatu produk, tetapi juga sebagai media promosi melalui *visual branding* untuk memikat calon konsumen. Dengan menggabungkan elemen visual yang menarik dan media cetak dengan bahan yang sesuai, sebuah kemasan dapat menimbulkan kesan mendalam bagi calon konsumen dan bahkan meningkatkan penjualan produk. Sayangnya, masih banyak UMKM yang belum memiliki *visual branding* kemasan dikarenakan berbagai faktor, seperti kurangnya pengetahuan yang cukup mengenai *visual branding*.

Salah satu UMKM yang dihadapkan dengan masalah ini yaitu Osaka Takoyaki. Usaha ini mulai dirintis pada awal tahun 2019 oleh Bu Fitri Mardianti dengan berbekal pengalaman yang didapatkannya selama bekerja di restoran Jepang. Sesuai dengan jargon mereka yang berbunyi “Asli Guritanya, Enak Rasanya”, produk unggulan mereka adalah takoyaki otentik khas Jepang dengan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

isian gurita asli. Selain berjualan di kedai yang berlokasi di kawasan Blok M, Osaka Takoyaki sangat aktif mengikuti berbagai *event* bazaar dan kuliner, seperti JPOPVAGANZA, Jak-Japan Matsuri dan Food Point Market. Osaka Takoyaki juga menerima layanan *office service* dan *live cooking* untuk acara-acara tertentu.

Saat ini, Osaka Takoyaki menyajikan produknya menggunakan kemasan boks putih polos berbahan *ivory* dengan ketebalan 315 gsm, dan stiker bulat bergambar logo dan *username* Instagram Osaka Takoyaki. Walaupun efisien dari segi harga, klien beranggapan bahwa kemasan yang digunakan saat ini belum menampilkan *visual branding* Osaka Takoyaki yang ingin memperkenalkan cita rasa takoyaki otentik Jepang, dan kurang memiliki daya saing dengan kompetitor sejenis. Banyak informasi yang hilang dari kemasan seperti jargon, nomor Whatsapp, alamat kedai, dan informasi lainnya yang seharusnya ada sebagai *brand awareness* bagi konsumen. Hal ini dapat menyulitkan konsumen dalam mengetahui informasi lebih dalam mengenai Osaka Takoyaki, atau bahkan melakukan *repeat order*.

Berdasarkan studi literatur, perancangan kemasan untuk UMKM dilakukan untuk memperkuat posisi produk dalam pasar dan menciptakan pembeda dengan kompetitor lain seperti desain ulang kemasan UMKM Coklat Bromaco (Besli et al., 2024), serta memberikan daya tarik pada produk untuk meningkatkan kepercayaan *brand* kepada konsumennya seperti desain ulang kemasan Javasugar (Nabilah et al., 2023) dan desain ulang kemasan Crepes Cake ID (Wahyuni et al., 2022). Selain itu, perancangan kemasan UMKM menggunakan material kemasan yang kokoh dilakukan untuk menambah nilai fungsional agar konsumen tidak kesulitan dalam berinteraksi dengan produk maupun kemasan, seperti desain ulang kemasan Colenak Murdi Putra (Banurea et al., 2023). Selaras dengan penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, perancangan kemasan Osaka Takoyaki dilakukan untuk memberi karakteristik pembeda antara Osaka Takoyaki dengan kompetitor serupa, memberikan *product positioning* Osaka Takoyaki, diharapkan menambah daya tarik agar calon konsumen menaruh kepercayaan terhadap produk dari Osaka Takoyaki, dan menghasilkan kemasan yang kokoh dan memiliki nilai fungsional.

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Permasalahan inilah yang melatarbelakangi keinginan klien untuk melakukan perancangan kemasan yang baru untuk Osaka Takoyaki yang menampilkan *visual branding* sesuai visi dan misi Osaka Takoyaki, yaitu takoyaki otentik Jepang. Sehingga, diangkatlah proyek tugas akhir yang berjudul "Perancangan Desain Kemasan sebagai *Brand Awareness* Osaka Takoyaki". Proyek ini diharapkan dapat membantu Osaka Takoyaki memperkenalkan produknya sekaligus menyampaikan *visual branding* Osaka Takoyaki kepada calon konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada terkait dibutuhkan desain kemasan Osaka Takoyaki, maka rumusan masalah yang diangkat dalam proyek Tugas Akhir ini adalah, "Bagaimana perancangan desain kemasan sebagai *brand awareness* Osaka Takoyaki?"

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam laporan Tugas Akhir ini, ruang lingkup pembahasan proyek perancangan desain kemasan ini terfokus kepada:

1. Proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki.
2. Penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki.
3. Pengaplikasian rancangan desain kemasan Osaka Takoyaki pada media turunannya.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dari dibuatnya proyek Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki.
 - b. Untuk mengetahui penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki.



© 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

c. Untuk mengetahui pengaplikasian rancangan desain kemasan Osaka Takoyaki pada media turunannya.

2. Manfaat

a. Manfaat Akademis

Proyek Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memahami proses perancangan desain kemasan, mulai dari proses penelitian hingga pengaplikasian teori, prinsip dan elemen desain grafis. Selain itu, proyek ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait proses perancangan desain kemasan.

b. Manfaat Praktis bagi Klien

Proyek Tugas Akhir ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan Osaka Takoyaki yaitu memiliki kemasan yang menampilkan *visual branding* sesuai visi dan misi Osaka Takoyaki. Kemasan ini diharapkan dapat membantu Osaka Takoyaki dalam memperkenalkan *visual branding*-nya kepada masyarakat yang lebih luas.

c. Manfaat Praktis bagi Masyarakat

Melalui proyek Tugas Akhir ini, masyarakat diharapkan dapat mengenal *visual branding* dari Osaka Takoyaki, sekaligus mengkonsumsi produk Osaka Takoyaki menggunakan kemasan yang dapat melindungi produk dengan baik.

d. Manfaat Praktis bagi Penulis

Proyek Tugas Akhir ini disusun untuk menguji kemampuan penulis dalam menerapkan teori desain pada desain kemasan yang telah dirancang beserta media pendukungnya, sekaligus sebagai salah satu syarat penting untuk mencapai kelulusan.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini, terdapat uraian yang telah dibagi menjadi empat bab, di antaranya:



Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

Bagian pertama pada laporan Tugas Akhir ini meliputi latar belakang perancangan kemasan Osaka Takoyaki, rumusan permasalahan, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat dari penyusunan Tugas Akhir, dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bagian kedua pada laporan Tugas Akhir ini berisikan kajian teoritis mengenai ilmu desain grafis dan ilmu pendukung lainnya serta metode perancangan yang menjadi landasan dalam proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bagian ketiga pada laporan Tugas Akhir ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam proses penyusunan laporan Tugas Akhir, data dan analisis seputar profil klien dan kompetitornya, dan arahan kreatif yang disimpulkan dari data-data yang telah dikumpulkan untuk merancang desain kemasan Osaka Takoyaki.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bagian keempat pada laporan Tugas Akhir ini berisikan pemaparan tentang konsep visual, tahapan proses visualisasi karya desain, pemaparan media pendukung, dan pertimbangan produksi kemasan.

BAB V

PENUTUP

Bagian kelima pada laporan Tugas Akhir ini berisi pernyataan singkat mengenai hasil analisis dari proyek perancangan desain kemasan, dan saran terkait pemecahan masalah ataupun kemungkinan penelitian lanjutan.



Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melalui banyaknya proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki dari awal hingga akhir, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki dilakukan menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pertama, tahap *empathize* dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memahami permasalahan dan kebutuhan Osaka Takoyaki lebih lanjut. Kedua, tahap *define* dilakukan dengan menganalisis data yang telah terkumpul menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui strategi perancangan yang sesuai dengan visi dan misi serta kebutuhan Osaka Takoyaki. Hasil analisis kemudian diolah menjadi arahan kreatif. Ketiga yaitu *ideate*, dilakukan dengan mengolah arahan kreatif menjadi konsep visual yang digunakan sebagai acuan untuk perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki. Dimulai dari pembuatan *mind map* yang menghasilkan *keyword japanesque*, retro dan urban, lalu dilanjutkan ke pembuatan *moodboard* berdasarkan *keyword* tersebut. Keempat yaitu tahap *prototype*, di mana *moodboard* yang telah dibuat kemudian dijadikan acuan dalam pembuatan sketsa kasar, sketsa komprehensif, dan digitalisasi desain terpilih. Tahap terakhir yaitu *testing*, yang dilakukan dengan menguji coba *mockup* kemasan Osaka Takoyaki kepada calon konsumen untuk mendapatkan umpan balik dan menguji kelayakan kemasan sebelum akhirnya dibuat menjadi *final artwork*. Hasil perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki menghasilkan desain kemasan yang *playful*, retro dan menimbulkan kesan otentik produk yang ditawarkan, lengkap dengan elemen visual yang dibuat dengan gaya manga yang *playful* dengan *solid*



© 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

color dan *outline*, serta informasi mengenai Osaka Takoyaki yang dapat menjadi *brand awareness* bagi konsumen.

2. Dalam proses perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki, telah diterapkan elemen dan prinsip desain grafis yang dapat menggambarkan *key message* Osaka Takoyaki yaitu otentik dan *high-quality*, dan *design tone and manner* sebagai turunannya yaitu *japanesque*, retro, dan urban. Elemen visual yang ditampilkan pada desain kemasan Osaka Takoyaki berupa objek yang identik dengan Jepang, seperti takoyaki, sumpit, lampion, kastil Jepang, gerbang torii, dan manusia yang menggunakan atribut Jepang seperti geisha. Selain itu, terdapat juga elemen visual lainnya seperti *sunburst* dan *pattern* Ichimatsu. Elemen visual tersebut dikemas dalam gaya manga dengan *outline* dan *solid color* untuk mencerminkan cita rasa otentik Jepang dari produk Osaka Takoyaki. Tipografi yang digunakan yaitu Alte Haas Grotesk dan Mobo, yang bergaya sans serif dan selaras dengan tema retro dan *playful*, namun tetap terkesan profesional. Prinsip desain yang diterapkan di antaranya keseimbangan asimetris yang terdapat pada *layout* desain kemasan, kesatuan yang terlihat dari elemen visual yang memiliki kesatuan tema yang sama, dan irama yang terdapat pada penyusunan ilustrasi takoyaki dan penggunaan *pattern* yang berulang pada desain kemasan.
3. Perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki menghasilkan beberapa media pendukung yaitu desain menu, kartu nama, dan stiker. Untuk menjaga konsistensi desain agar tampilan semua media tetap selaras, seluruh media pendukung menggunakan *key visual* dan elemen yang selaras dengan media utama, seperti logo Osaka Takoyaki, ilustrasi, warna, tipografi, dan *layout*, dengan pengecualian pada desain menu yang menggunakan elemen visual tambahan berupa fotografi produk dan ilustrasi gurita.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat dipertimbangkan dari hasil perancangan desain kemasan Osaka Takoyaki, yaitu:

1. Dalam tahap pengumpulan data, sebaiknya siapkan pertanyaan yang lebih detail mengenai *visual branding*. Informasi mengenai *brand kompetitor* yang paling diingat serta alasannya harus digali sedalam-dalamnya, terutama dari calon konsumen agar informasi tersebut dapat membantu desainer grafis dalam proses perancangan desain kemasan.
2. Dalam tahap proses perancangan desain, sebaiknya dilakukan eksplorasi sketsa alternatif yang lebih luas untuk membantu perkembangan ide dan kreativitas desainer grafis. Selain itu, tahap *testing* kemasan sebaiknya dilakukan kepada *target audience* yang lebih luas agar dapat diperoleh umpan balik dan saran yang lebih rinci dan beragam.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai bidang serupa, sebaiknya dilakukan survei untuk mengukur dan menentukan efektivitas desain kemasan dalam meningkatkan penjualan.

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 PUSTAKA

- Astiti, N. M. A. G. R., Eryani, A. A. P., Yudiastari, N. M., & Semaryani, A. A. M. (2023). *Pentingnya Kemasan dalam Pemasaran Produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Banurea, B. S., Putri, S. H., & Pujiyanto, T. (2023). Perancangan Desain Kemasan Colenak Murdi Putra Menggunakan Metode Design Thinking. *JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, 13(1), 54–61.
- Besli, E., Losa, M. F., Robinson, J., & Bhoko, K. J. (2024). Redesign Kemasan Produk UMKM Cokelat Bromaco. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2).
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). *What is Design Thinking and Why Is It So Popular?*
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22.
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181.
- Nabilah, G. A., Wahyudi, N., & Anggarini, A. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Produk Jahe Instan pada UMKM Javasugar. 2.*
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97.

Hak Cipta :

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



© 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

Rahardjo, S. T. (2019, February). *Desain Grafis Kemasan UMKM*.

DEEPUBLISH.

Supriyanto, B. E. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM. *Kemenkeu DJP*.

<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html#:~:text=Berdasarkan%20data%20Kementerian%20Koperasi%20dan,kerajinan%20tangan%2C%20hingga%20teknologi%20digital.>

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

Wahyuni, S., & Kadir, D. I. (2022). *Perancangan Desain Kemasan UMKM Crepes Cake ID*.

YourBoxSolution Packaging. (2020, July 6). Folding Carton Styles - The Standard Box Types Explained. *YBS Packaging*.

<https://www.ybspackaging.com/blog/folding-carton-styles-the-standard-box-types-explained>

Wiranata, C. (2024, September 9). 6 Jenis Karton Untuk Kemasan Produk! Cocok Pakai Yang Mana? *Paperlicious*.

<https://paperlicious.id/jenis-karton-packaging/>



LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
Lembar Bimbingan Materi (Dosen Pembimbing 1).

📄 Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1) - Bimbingan TA - Shafa Kayla ...

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Shafa Kayla Azzahra	
NAMA PEMBIMBING		Wanda Kusuma Putri	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Desain Kemasan Sebagai Brand Awareness Osaka Takoyaki	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	6 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none">- Menambah wording di abstrak yang menunjukkan bahwa desain kemasan selain menarik secara visual juga memiliki nilai fungsional- Sebutkan keinginan klien untuk membuat kemasan yang baru, di abstrak dan latar belakang	<ul style="list-style-type: none">- Menambahkan wording, "...tidak hanya menarik dan komunikatif, namun juga dapat melindungi produk secara ..."- Menambahkan wording, "Berdasarkan permasalahan ini, Osaka Takoyaki memiliki upaya untuk membuat desain struktur dan surface kemasan yang ..."
2	12 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none">- Hindari pemakaian kata "dan sebagainya" dan kalimat-kalimat rancu lainnya.- Di ruang lingkup permasalahan, tambahkan kata "bagaimana" di depan.- Pada tujuan dan manfaat, tambahkan kata "untuk mengetahui" agar menjawab kalimat di ruang lingkup permasalahan.- Ada manfaat akademis dan manfaat praktis. Manfaat praktis dibagi 3 menjadi untuk klien, untuk masyarakat, dan untuk penulis.	<ul style="list-style-type: none">- Menghapus kata-kata seperti "dan sebagainya", "dan lain-lain", dan kalimat-kalimat sejenis.- Menambahkan kata "bagaimana" dan "untuk mengetahui" di ruang lingkup permasalahan dan tujuan dan manfaat.- Membagi manfaat menjadi 5 bagian sesuai arahan dosen pembimbing.
3	24 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none">- Hilangkan teori-teori yang tidak berhubungan dengan proyek.- Beri lampiran gambar yang sudah diterapkan ke kemasan (contoh: Di bagian font sans serif, cari kemasan yang ada font sans serif-nya.)	<ul style="list-style-type: none">- Menghapus teori-teori yang tidak berhubungan dengan proyek, seperti spektrum warna RGB dan jenis font yang tidak sesuai dengan tone and manner.- Mengganti lampiran gambar dengan gambar contoh yang berhubungan dengan kemasan, seperti kemasan berwarna warm/cool, ilustrasi pada kemasan, dan font sans serif pada kemasan.- Menambahkan kutipan State-of-the-art

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4	10 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tambahkan 2 sitasi lagi (total 5 sitasi) di latar belakang. - Tambahkan judul sub-bab bab 2 "Kemasan Karton Lipat". 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambahkan 2 sitasi yang berhubungan dengan pentingnya penggunaan material yang sesuai untuk proyek desain kemasan. - Menambahkan judul sub-bab di bab 2 menjadi "Kemasan Karton Lipat".
5	11 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tambahkan wording di matriks SWOT, "Membuat desain struktur kemasan yang unik namun tidak terlalu kompleks dan menggunakan material yang sesuai agar biaya produksi tetap terjangkau." 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambahkan wording sesuai arahan dosen pembimbing.
6	5 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Di latar belakang, perjelas permasalahan dan urgensi yang dialami oleh klien karena sebelumnya kurang jelas. Jelaskan juga impact yang dimiliki kemasan yang sekarang digunakan terhadap konsumen. - Visi misi klien kurang jelas, apabila tidak ada, sebutkan saja daya tarik dari produk yang ditawarkan dan apa daya tarik yang ingin diperkenalkan ke masyarakat. - Manfaat akademis bukan hanya untuk mahasiswa, tapi juga untuk dosen (peneliti). - Hilangkan materi dan teori yang tidak berhubungan dengan proyek Tugas Akhir (contoh: kategori kemasan, material kemasan selain karton) - Pada bab 3, masukkan metode penelitian dan metode pengumpulan data. - Tambahkan gambar kemasan saat ini di sub bab product knowledge. - Sertakan keterangan bahwa klien menginginkan kemasan yang mencerminkan produk takoyaki dengan resep otentik. - Cari narasumber untuk diwawancarai mengenai branding 3-5 orang. - Pada matriks SWOT, ada poin di bagian threat yang seharusnya masuk ke weakness. Kenaikan harga produk karena biaya cetak yang mahal adalah threat karena itu datang dari pihak percetakan. - Fokuskan judul Tugas Akhir, Ingin ke visual branding atau ke fungsional kemasan? 	<ul style="list-style-type: none"> - Melengkapi laporan di bagian-bagian sesuai dengan arahan dosen pembimbing - Mewawancarai narasumber mengenai branding sebanyak 3 orang. - Memfokuskan proyek Tugas Akhir ke visual branding, dan menghapus bagian-bagian dalam laporan yang tidak berhubungan dengan visual branding.
7	12 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengganti kalimat "penggunaan warna yang efisien" menjadi "penggunaan warna yang sesuai kebutuhan" agar tidak rancu - Tambah stiker dan buku menu sebagai salah satu media turunan yang akan dibuat - Merombak mindmap dan mengambil kata-kata untuk mindmap dari key message dan tone and manner, lalu mengambil keyword dari sana, setelah itu dibuat tabel key visual-nya. - Untuk memulai perancangan kemasan, buat 5 struktur kemasan yang kemudian dipilih 1. Struktur tersebut digunakan untuk membuat 5 alternatif surface kemasan, yang setelahnya dibuat sketsa komprehensif, lalu digitalisasi - Masukkan warna hitam dan putih ke moodboard sebagai warna netral - Tambahkan bentangan struktur kemasan pada moodboard 	<ul style="list-style-type: none"> - Melengkapi laporan sesuai dengan arahan dosen pembimbing - Mencari referensi stiker dan buku menu untuk perancangan media pendukung - Mempersiapkan sesi foto produk untuk menu - Melengkapi moodboard sesuai dengan arahan dosen pembimbing
8	13 Juni 2025	<p>[ONLINE]</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approval mindmap dan moodboard 	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan ke tahap pembuatan sketsa kasar



© 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

9	15 Juni 2025	(ONLINE) - Pemilihan 1 dari 5 sketsa kasar struktur kemasan. Dipilih model 1A dengan pertimbangan compact dan on budget - Perforasi dibuat dengan model lain agar tidak terlalu mirip dengan kemasan kompetitor	- Melanjutkan ke tahap pembuatan sketsa kasar surface
10	16 Juni 2025	(ONLINE) - Pemilihan 3 dari 5 alternatif sketsa kasar surface kemasan, terpilih alternatif 1, 3, dan 5	- Melanjutkan ke tahap pembuatan sketsa komprehensif
11	17 Juni 2025	(ONLINE) - Pemilihan 1 dari 3 alternatif sketsa komprehensif, terpilih alternatif 3 dengan pertimbangan terlihat lebih menarik dan selaras dengan key message	- Melanjutkan ke tahap digitalisasi, pembuatan mockup digital, dan persiapan testing
12	24 Juni 2025	- Untuk tahap testing, boleh menggunakan material yang mendekati/serupa dengan material untuk final artwork (art carton)	- Melanjutkan ke tahap testing
13	1 Juli 2025	- Me-review kembali perubahan-perubahan yang dibuat pada laporan - Hindari penggunaan kata "memperkuat", "meningkatkan", atau kata lainnya yang berbau kuantitatif - Media pendukung desain menu sebaiknya dibuat dua sisi, dan materialnya gunakan yang lebih tebal - Pertimbangan produksi sebaiknya dibuat tabel, lalu diberi keterangan lebih detail di bawahnya - Saran dapat berisi struggle yang dialami selama perancangan, atau juga bisa ditujukan untuk penelitian selanjutnya. Nomor terakhir bisa mengenai bagaimana di penelitian selanjutnya dapat diadakan survei untuk mengukur efektivitas desain kemasan dalam meningkatkan penjualan	- Melengkapi laporan sesuai dengan arahan dosen pembimbing - Membuat rencana display untuk sidang

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

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 Bimbingan Teknis (Dosen Pembimbing 2).

Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2) - Bimbingan TA - Shafa Kayla ...

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Shafa Kayla Azzahra	
NAMA PEMBIMBING		Maria Septian Riasanti Mola	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Desain Kemasan Sebagai <i>Brand Awareness</i> Osaka Takoyaki	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	10 April 2025	<ul style="list-style-type: none">- Perhatikan proporsi gambar yang dilampirkan, jangan sampai ukurannya berbeda-beda (di atas besar, ke bawah semakin mengecil)- Hilangkan kata-kata yang dikomentari/di-highlight, dibuat fix dulu- Kutipan dimasukkan dulu pakai Zotero, jangan manual- Lengkapi lampiran	<ul style="list-style-type: none">- Menyesuaikan proporsi gambar lampiran agar ukurannya seragam dan sama besar- Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing materi untuk memastikan bagian-bagian yang diragukan (di-highlight)- Meng-input kutipan menggunakan Zotero, termasuk daftar pustaka- Melengkapi lampiran mulai dari log book bimbingan, transkrip wawancara, hingga dokumentasi.
2	11 April 2025	<ul style="list-style-type: none">- Halaman pertama inti dimulai dari angka 1, bukan mengikuti dari daftar isi- Daftar isi harus diperbaiki menyesuaikan dengan perubahan halaman yang baru	<ul style="list-style-type: none">- Mengubah halaman pertama dari 9 menjadi 1, dan menyesuaikan halaman lainnya- Memperbarui daftar isi dengan perubahan halaman yang baru
3	2 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan nominal diperbaiki, apabila dalam paragraf tidak menggunakan spasi (jadi habis Rp langsung nominal), apabila dalam tabel menggunakan spasi) dan tidak menggunakan titik- Istilah berbahasa Inggris semuanya dimiringkan (italic), terutama di arahan kreatif, matriks SWOT, jenis-jenis kunci, dan nama material yang menggunakan bahasa Inggris.	<ul style="list-style-type: none">- Melengkapi laporan sesuai dengan arahan dosen pembimbing.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara dengan Klien.

Lampiran 3. Transkrip Wawancara Klien. (14 - 24 Februari 2025)

Wawancara dengan *Owner Osaka Takoyaki* (14 - 24 Februari 2025)

Narasumber: Fitri Mardianti, pemilik wirausaha

Shafa:

Mungkin sebelum ke proyeknya mau tanya tentang ini dulu, takoyaki, dari kapan? Mulai jualannya dari kapan?

Fitri:

Oh dari kapan? Sejarah takoyaki itu kita berdiri mulai 2019 awal, Februari 2019.

Shafa:

Di sini juga?

Fitri:

Iya, di Melawai 4, nomor 1V.

Shafa:

Selain takoyaki, ada apa lagi?

Fitri:

Ada ekonomiyaki. Kalau yang di sini simpel, cuma takoyaki sama ekonomiyaki. Kalo ini kan beda ya, beda brand. Kalo ini steak. Steak itu ada ramennya, sebenarnya ramen tuh di menu Osaka. Tapi karena kondisi sudah berubah... Kita kan sekarang cuma pake booth gitu ya, pake gerobak gitu, jadi lebih simpel gitu. Jadi dioper kesini nih, di ramen sama disana.

Shafa:

Ini buka dari jam berapa? Dari pagi atau?

Fitri:

Dari jam 6. Terus tutup jam 11. Tapi sebelum jam 11 kalau kita udah habis, berangkat.

Shafa:

Biasanya orang yang beli itu kaya apa? Maksudnya, Tante perhatiin gak orang yang beli?



© 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

Fitri:

Customer-nya? Kalau mau dipukul rata tuh... Anak-anak muda ya? Tapi ada juga yang family, biasanya tuh kalau family tuh di weekend, di hari Sabtu Minggu. Kalau Senin sampai Jumat tuh rata-rata anak-anak kuliah, anak-anak kerja yang masih single-single gitu, baru pulang kerja mampir, seperti itu.

Shafa:

Terus... Ini promosinya lewat apa biasanya?

Fitri:

IG. Tapi ini lagi masih suri. Makanya aku lagi komplain sama si Onii-chan. Karena lagi keasikan ini (jualan) kan. Nii-chan, kasian tuh si Osaka. Kalau emang kamu ga bisa pegang, kita hire orang untuk pegang. Ya udahlah, tuh. Lihat aja tuh masih suri tuh, bulan apa terakhir event? Event terakhir padahal di venue besar, kita gak posting karena kita emang gak sempet gitu, karena gak ada orang ya? Gak ada orang, kan anak aku kan yang pegang.

Shafa:

Oh tapi banyak ya!

Fitri:

Banyak, cuman terakhir itu di 2024 November. Sayang biasanya aktif. Sekarang takoyaki yang memegang kan si om, kakak aku kan yang memegang. Jadi, udah deh si om aja, aku (pegang) ini. Nah, untungnya itu, di sini penjualannya ya, kita kan ngarepin customer-customer lama ya. Untungnya kita banyak orderan untuk office service, ini besok hari Senin di Kemenkeu lagi, Kementerian Keuangan dan OJK. Sering alhamdulillahnya, jadi ya, lumayanlah ada perputaran.

Shafa:

Jadi bisa kayak pesen untuk ke kantor gitu? Biasanya siapa yang beli?

Fitri:

Kita nih langganan kebanyakan BUMN. Kementerian Keuangan, OJK, L Nusa, itu udah kayak rutin gitu. OJK apa lagi. Bisa dua bulan sekali kita dipanggil. Kemarin hari Selasa habis service di OJK. Kita kesana, jadi show cooking. Mereka maunya show cooking, langsung jadi fresh gitu di sana. Kayak buka stand gitu kayak kemarin, dua minggu lalu di Kementerian Keuangan juga. Kemarin tuh aku sampai kayak frustrasi gitu. Maksudnya ini usaha gak bisa jalan di tempat. Maksudnya kita ngandelin office service, home service juga gak bisa juga. Ini



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kayak gini aku jalan di tempat, sayang kan? Peminatnya udah lumayan, aku yakin kan makanan semua orang pasti mau, gitu. Dan emang dari digital marketing tuh berasa banget kan, aku kadang tau tempat-tempat yang kalo kata anak muda kan “hidden gem” gitu ya, itu tuh dari TikTok, dari Instagram, terus tiba-tiba jadi rame.

Shafa:

Ada kayak pembeda gitu nggak? Apa sih yang membedakan takoyaki ini dari takoyaki lain?

Fitri:

Oh, ada. Ada banget. Contoh nih. Kadang-kadang aku tuh sayang, makanya aku nih sosmed nggak jalan tuh sayang, sayangnya gini. Contoh ya, kita abis event di venue kayak kemarin tuh, festival Jepang yang di GBK ya. Nah, abis dari GBK tuh kita next week-nya di Pokemon Run. Itu venue besar juga. Kita tuh proud banget karena ada lumayan orang yang setiap kita event dimana-mana pokoknya ada aja yang ngenalin. Berarti at least kan mereka udah tau nih si Osaka ini macam mana ya. Alhamdulillah kan, ternyata orang tuh memang menikmati dan ngangenin dan inget. Makanya Tante kan sempet pergi dari Blok M satu tahun, kemudian kami kembali lagi, karena apa? Banyak yang nge-DM, Min buka lagi dong di Blok M.

Shafa:

Menurut Tante apa tuh yang nganginin?

Fitri:

Harusnya rasanya ya. Kebanyakan orang sih bilang gini reviewnya, “Bu, ini emang bener-bener original ya, gak bohongan.” Kan kadang kalau orang lihat price ya, kelihatan karena kita setiap hari ngadepin orang kan, kelihatan orang itu ragu atau tidak. “Ini- Ini segini?” Gitu kan. “Iya kak,” gitu.

Shafa:

Mungkin yang tadi aku tangkap dari ceritanya Tante sih Takoyaki-nya otentik ya?

Fitri:

Iya, otentik Jepang. Kita otentik Jepang, dalamnya gurita asli. Kan sesuai, “Asli guritanya enak rasanya,” nih, ada di IG.

Shafa:



© 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

Oh, ada tagline-nya juga? Tau gak, aku abis makan ini Tan, udah gak mau yang lain. Dan emang ada harga ada kualitas sih.

Fitri:

Makanya kadang-kadang Onii-chan masih tentatif kan, contoh nih mah kita ada di satu event yang bukan besar banget venue-nya. Terus dia gini, “Oka, ini harganya apaan?” Kita jual kualitas, bukan kuantitas. Titik, gak ada koma. Gak bisa ganti harga, aku bilang gitu. Secara ya kita yang belanja, kita yang ngurusin.

Shafa:

Iya sih, bener banget.

Fitri:

Ini anak-anak kampus apa ya, yang di Jakarta Barat tuh ya? Pokoknya anak-anak Jakarta Barat tuh, kayak Untar gitu, itu pada kesini tahu, jalan-jalan. “Om, takoyaki dong, aku kangen banget.” “Eh, lo pada dari kampus ya?” kata si om. Waza-waza. Destination-nya ya takoyaki. Emang kita pengennya orang datang, destination-nya ya takoyaki.

Shafa:

Kayaknya kalau gitu kita harus nyasar lebih banyak anak muka ya?

Fitri:

Iya anak-anak dari jajanan lagi hype. Itu kan si London Layers kan lagi rame banget ya ngantri. Ya Alhamdulillah kita kebagian rejekinya, orang ngantri nih, bete kan kelamaan, dia ntar mesen takoyaki dulu, gitu. Alhamdulillah kecipratan lah, kebagian rejekinya.

Shafa:

Boleh lihat logonya nggak, Tan?

Fitri:

Logonya tuh yang... Ini, iya ini. Ini. Jadi kalau Onii-chan sih bilang ini sebenarnya asap. Jadi orang makan takoyaki kan panas tuh ya, jadi kayak gitu kan ya. Ini pokoknya kalau si Osaka itu, lihat aja nanti, dari sekian banyak postingan pasti dia makenya oren, lebih dominan ke oren.

Shafa:

Nah, aku mau tanya nih, Tante kira-kira kalo dibikinin kemasan mau gak?



© 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

Fitri:

Boleh, mau. Jadi kalo sekarang itu kan Tante memang sementara kita pake kemasannya tuh kayak gini. Jadi, kita beli box kemudian kita cetak stiker. Capek kayak gitu. Sebetulnya kemarin itu kita sudah pernah mau cetak untuk ramen bowl, tapi nggak jadi karena waktu itu kondisinya si Onii-chan, anak aku, mintanya beberapa warna gitu. Ya, tapi kan nggak semua orang produksi print itu punya beberapa warna, kebanyakan satu warna. Jadi ya, aku kalo memang siapa bersedia untuk membuatkan desain untuk kemasan kami, seneng banget. Seneng banget, yoroshiku. Hai, hai, hai.

Shafa:

Iya, soalnya kayak aku juga merhatiin sih, kayak dari kemarin beli gitu kan, kayak kemasannya polos banget. Aku aja jujur nggak ngeh tau kalo ini tuh Instagram gitu, kayak... makanya aku selama ini gak tau kalo takoyaki itu punya IG gara-gara gak ngeliat ininya.

Fitri:

Jadi sementara gini sebetulnya ini reprint yang kedua, awalnya itu cuma begini aja. Nah waktu onii-chan bikin begini, aku gak mau. Aku bilang, "Aku gak mau ada ininya," jadi Onii-chan bilang, "Ini kan ada IG-nya jadi orang tau bahwa ini IG." Coba kamu contoh Starbucks, emang dia ada inian IG-nya? Kan gak ada ya? Dia cuma logo Starbucks aja jadi itu yang bikin orang penasaran. Itu apa sih? Logo apa sih? Starbucks. Oh, ini logo apa sih? Kan ini udah jelas Osaka Takoyaki. Ya orang sekarang kan tanggap, oh Osaka Takoyaki, coba ya IG-nya apa sih? Dan sendirinya mereka akan mencari si IG Osaka. Nggak perlu kamu taruh di sini. Kalau aku, menurut aku ya, jadi orang itu tidak bisa fokus dengan kita punya logo. Bener nggak? Bahkan orang pusing bacaannya, kalau buat aku ya

Shafa:

Iya, sama aku juga.

Fitri:

Buat aku pusing, gak efisien gitu ya. Dia juga muternya dua kali gitu, jadi kayak gak fokus sama tengahnya. Nah, jadi menurut aku ya, nanti kalau kamu mau bikin, aku gak mau pakai ini (IG). Ini (logo) aja, ini aja udah bagus.

Shafa:

Jadi logonya terpisah gitu ya sama IG-nya?



© 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

Fitri:

Iya, jadi ini memang udah identiknya si Osaka, orang pun tau. Kayak gini aja nih, kita punya brand Osaka ada di cup. Orang tuh udah tau. Ini juga sebenarnya bagus, terus dia IG-nya di bawah, ini udah oke nih. Nah sama, begitu juga dengan ini ketika kita taruh ini di sini, ya udah taruh aja IG-nya di bawah gak perlu kayak pusing loh, ini secara eye-catch itu jelek. Kalau aku ya secara eye-catch tuh, jadi ini yang bagus, ini apaan sih?

Shafa:

Tapi aku ngerti juga sih, kayak untuk efisiensi gitu juga kan. Karena kayak gini kan lebih murah ya, jadi daripada bikin bulet terus dibawahnya ada lagi kayak ga efisien tempat gitu. Cuma ya gitu, jadinya ngorbanin estetikanya juga ya.

Fitri:

Jadi ini ga estetik kalo aku pilih, terus kalo kayak Onee-chan tuh dia ambil simple aja sih. Nah sebenarnya kemaren itu kita ga pake begini. Tante tuh pengennya gini loh, misalnya di dalam takeaway gitu ya, misalnya di sini varian sauce, terus di sini misalnya varian pemesannya apa, misalnya beef atau chicken, kayak gitu kan. Kayak gini nih kan dia ada chicken, varian itu chicken sama beef, chicken steak crispy, chicken steak grill, atau chicken skin, terus yang ini beef-nya itu beef bulgogi, beef enoki roll, beef saikoro, beef wagyu, beef tenderloin, or beef sirloin kan, seperti itu. Kalau misalnya kita bikin, contoh ya, kalau untuk di steak itu kan kita neken cost di packaging, dia kan lebih mahal. Packaging ini harganya dua kali ini. Daripada harga jual kita naik, maka aku pilih packaging ini. Tapi packaging ini kalau sudah didesain dengan gambar-gambar yang bagus, tulisan-tulisan yang menarik, itu juga menjadi bagus, kan banyak contoh. Kalau putih, apa saja sudah bagus. Jadi seperti itu. Dan kalau kita pakai takoyaki untuk ini, ini nggak worth it untuk... Si takoyaki itu kan panas banget. Ini meleyot dia. Nggak bagus, sesuai dengan harga. Kalau ini dia... tough ya. Mau kapanpun dikeluarkan.

Shafa:

Aku juga ada contoh-contoh sih ini Tan, jadi desain yang aku tawarin tuh kayak gini. Jadi dia kayak full graphic nih, ada yang takoyaki juga nih. Jadi dia kayak ada buat takeaway gitu, terus full ini. Kalau Tante mau kayak ada IG-nya, mungkin ada nomor WA, terus kayak ada varian-variannya apa gitu, bisa. Jadi dia kayak full desain gini. Nah tapi sebelum itu aku pengen tau, biasanya kalau orang beli takoyaki deh satu orang nih, satu kali pembelian, biasanya paling banyak beli berapa porsi?



© 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

Fitri:

Kalau di takoyaki ya itu, kalau orang baru mau coba-coba pastinya satu porsi, tapi kalau orang yang udah biasa itu dia pasti minimal aja dua.

Shafa:

Dari packaging yang sekarang nih ada kekurangannya enggak? Kekurangan atau kelebihan menurut Tante?

Fitri:

Ya itu seperti yang tadi Tante bilang, kelebihanya ya ini depend on price kan. Jadi makanya kita mengkondisikan ini buat takoyaki ini buat steak, karena steak itu kan gak sepanas si takoyaki. Tapi memang ketika selesai dipanggang kan panas, tapi tidak sepanas si takoyaki. Ini 300 GSM, ivory kayaknya ini iya. Aku tuh sering banget edukasikan ke anak-anak, ini kan takeaway, kalau memang orangnya masih waste time, masih mau duduk gitu ya. Dibuka dulu, sampai dia punya asap keluar. Nah kalau dia masih berasap panas ditutup, itu otomatis meleyot. Ada yang lebih tebal dari ini, ada. Ini kan yang 315 gram. Ada yang di atas ini. 320, 330 gitu. 233 deh, kalo nggak salah ya. Bedanya sih dikit sih, dalam satu roll itu dia bedanya Rp20.000. Rp20.000 satu roll isi 100. Kan lumayan. Kalau Rp20.000 satu roll, kita sekali order kan satu karton. Perbedaannya bisa Rp100.000. Kan satu karton 500 isinya.

Shafa:

Aku ada contoh juga kayak gini, jadi kayak buat take away tuh kayak ada sambungannya gitu. Terus ada buat tempat sumpit, gini lucu kali ya? Jadi efisien juga, ga perlu pake plastik gitu apa sih? Less waste ya?

Fitri:

Iya betul, betul. Nah ini lucu nih. Kalau yang kayak gini nih kalau pas kita event di contoh Urban Forest. Urban Forest itu kan market-nya beda. Kalau di sini terlalu bagus. Nah kalau gini, contoh ya, itu kalau kita event misalnya di Urban Forest atau di festival Jepang itu oke banget dan dia menarik, kesatu menarik, kedua ini bisa daya belinya up. Nah kayak gitu oke. Kayaknya kita kalau di Blok M ini belum, kecuali kita ada newsletter sendiri misalnya satu toko ini aku kontrak kita buka disana, nah itu mungkin juga bisa. Dengan kita bikin dulu nih interiornya seestetik mungkin kan worth it, jadi kan sama gitu kan.

Shafa:

Berarti ini belum masuk ya?



© 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

Fitri:

Iya, belum masuk. Nanti... Bagus sih, kita itu masukan yang bagus dan memang bagus kayak gini, kayak gini.

Shafa:

Tapi kalau kayak gini kira-kira?

Fitri:

Kayak gini nih buat bento ya, bagus ya. Buat bento bako, box bento ya, bagus ya.

Shafa:

Ini kan takoyaki juga pakai sumpit ya.

Fitri:

Ya diginiin aja, coba aja nih ini cost-nya masuk apa enggak. Misalnya kamu bikinin begini, cost-nya berapa gitu, ya bagus kok. Jadi kita nggak perlu pakai plastik.

Shafa:

Berarti kalau karena neken cost juga berarti kemasannya satu sisi aja kali ya Tan nge-print-nya?

Fitri:

Iya betul, kalau dua sisi lumayan. Iya satu sisi aja.

Shafa:

Terus di kemasannya Tante mau ada apa aja? Kayak logo, IG, gitu-gitu.

Fitri:

Logo, logo yang pasti IG, WA, kemudian varian tersebut ya kan. Contoh gini nih, kalo takoyaki ya variannya apa? Mozzarella, original kah? Pedas kah? Mentaikah? Nah untuk sausnya original kah? Manis kah? Seperti itu aja sih, yang bisa di-checklist atau diapain gitu ya, itu maksudnya kayak gitu. Jadi contoh gini ya kan kalau yang namanya SDM atau pekerja itu kan tidak sama pemikirannya dengan kita. Dan kita sebagai owner tidak bisa stand by terus menerus dan tidak bisa terus menerus mengajarkan, mengedukasikan. Kapan mereka mau pintarnya, mau pisahnya? Jadi itu satu-satunya jalan untuk memudahkan mereka. Kadang kan mereka di lapangan juga kita gak bisa mendikte ya, artinya ketika mereka crowded atau lagi sibuk atau contoh ya, contoh itu paling gedek paling gak suka kalau mereka alasannya jawabannya, "Iya maaf ya bu, tadi tuh lagi repot banget



© 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

lagi sibuk banget, lagi rame banget.” Bullshit kalau buat saya, saya juga pernah ngalamin hal seperti itu tapi balik lagi, bagaimana tanggung jawab kita sebagai yang diberi tanggung jawab kan seperti itu ya? Buat memudahkan juga ya? Buat memudahkan, jadi jangan sampai missing gitu. Karena apa? Customer itu paling utama. Contoh nih, Ibu Ayu memesan takoyaki dengan varian original atau keju. Dan pesannya itu gak satu, contoh tiga. Di situ tuh mereka kecoh pasti. Mereka kecohnya apa? Misalnya ketika ditanya, yang keju mana? Oh iya, yang mana ya? Jadi aku maunya, yaudah tinggal d-ceklis.

Shafa:

Terus selain varian menu, kira-kira ada apa lagi? Kayak tagline gitu, kayak jargon gitu? “Asli guritanya, enak rasanya”?

Fitri:

Oh iya itu, ada tagline-nya.

Shafa:

Foto produk kira-kira perlu gak Tan? Kayak foto si makanannya

Fitri:

Oh iya itu juga utama ya, kayak si takoyaki gitu ya? Iya, boleh deh si takoyaki aja tuh. Jadi emang terpampang gitu ya. Ini kali ya, jadi gambar takoyaki, terus dia nyelip si logonya gitu ya.

Shafa:

Dia bisa berupa ilustrasi kayak gini, gambar. Sama kalau ini Indonesia banget nih, dia ada gambarnya.

Fitri:

Gak usah nih, kan kayak UMKM banget. Enggak, foto itu mereka bisa ngintip kok, udah bener ini aja.

Shafa:

Kalau mau foto tinggal buka aja ya

Fitri:

Iya, udah bener banget.

Shafa:

Kira-kira warna yang mau dipakai?



© 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

Fitri:

Yang pasti oranye. Oranye merah ya?

Shafa:

Hmm. tapi kira-kira kalau misalkan si kemasan yang ini udah jadi, Tante mau pakai di mana kira-kira? Di sini atau cuma di event aja?

Fitri:

Di sini, di sini sama di event. Karena kan branding ya, karena orang tuh ini loh, untuk meninggalkan pesan secara tidak langsung. Contoh nih, kamu lewat nih. kamu lewatnya, kamu lihat ayam, “Eh apaan tuh bu? Chicken steak kah?” Kamu beli kan? Terus kamu pulang rumah kamu tuh jauh, misalnya di Cibubur kan? Terus kamu makan, enak, tapi apaan ya namanya? Kan meninggalkan pesan secara tidak langsung. Jadi itu sih. Dan aku tuh nggak terbiasa. Contoh gini ya, ini kan polos banget ya. Sebenarnya aku marah nih sama mereka. Kenapa sih? Stiker banyak loh. Ada ratusan di rumah. Justru aku kalau nyetak, sekali nyetak ribuan gitu ya. Kenapa nggak punya inisiatif untuk ambil dan tempel?

Shafa:

Berarti ya masalahnya kalau gini kurang branding lah ya?

Fitri:

Iya lah, jelek banget.

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

Transkrip Wawancara dengan Desainer Grafis.

☰ Lampiran 4. Transkrip Wawancara Desainer Grafis. (8 April 2025)

Wawancara dengan Desainer Grafis (8 April 2025)

Narasumber: Icha, 24 tahun, *graphic design freelancer* di Jakarta

Shafa:

Oke, sebelumnya terima kasih banyak buat Kak Icha yang udah mau meluangkan waktunya untuk diwawancara. Mungkin untuk keperluan laporan, boleh perkenalkan diri dulu kali ya?

Icha:

Oke. Halo, Shafa. Pakai *nickname* aja ya. Nama aku Ica, aku umurnya sekarang 24 tahun, tinggal di Jakarta, dan pekerjaannya kalau saat ini sebagai *freelancer graphic design* ya.

Shafa:

Oke, sebagai *freelance graphic designer* nih, Kak Icha punya pengalaman apa aja ya, kalau boleh tahu?

Icha:

Kalau aku *freelance graphic design*-nya lebih cenderung ke *branding* ya, ke *logo*, *brand*. Tapi di luar itu juga terima yang lain sih. Kayak misalkan ada desain untuk poster atau ilustrasi gitu.

Shafa:

Tapi *mainly* lebih ke *branding* ya?

Icha:

Hmm, yang kaitannya masih sama *branding* lah, gitu.

Shafa:

Punya pengalaman di desain kemasan gak ya Kak?

Icha:

Kalau desain kemasan sih waktu kuliah diajarin ya, cuman kalau di luar dari kuliah, di pekerjaan kalau saat ini belum nanganin untuk desain kemasan. Cuman, *as soon as possible* sih bakal ada proyek untuk kemasan juga.



© 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

Shafa:

Berarti kurang lebih familiar lah ya karena diajarin di kuliah juga? Familiar sama pembuatan struktur kemasan, *surface* kemasan, sama bahan-bahannya, gitu-gitu?

Icha:

Iya, cukup familiar ya.

Shafa:

Nah, kebetulan aku punya proyek tugas akhir bikin kemasan, kemasan takoyaki. Nah, pertanyaan pertama nih, ini masih mengenai desain ya, Kak. Ada nggak sih, poin-poin desain yang harus diperhatikan dalam proses mendesain *surface* kemasan?

Icha:

Ini desain kemasan ya? Bukan logonya kan?

Shafa:

Iya, kemasannya. Kalau logonya itu kebetulan udah *patent* sih Kak, 7 tahun. Jadi udah gak bisa diganti.

Icha:

Oh, *patent* ya. Kalau yang aku pernah pelajari ya, dan yang aku tahu juga, kalau misalkan desain kemasan itu, warna itu penting, tipografi juga penting, terus juga harus punya *copywriting* yang baik juga, terus kemasan yang *attractive* itu juga penting sih. Jadi emang harus menguasai kira-kira *brand*-nya bagaimana, terus abis itu target pasarnya bagaimana, gitu. Cuman lebih penting ke fungsinya kemasan itu sih, kayak kemasan itu harus bagaimana. Kan kemasan itu tujuannya untuk melindungi produk yang ada di dalamnya kan? Dan yang paling penting harus diperhatikan kayak bentuknya, bagaimana dia melindungi, misalkan produknya itu apa mudah pecah, atau misalkan produknya seperti produk makanan, kalau kayak kue-kue kering gitu kan bisa hancur ya, kalau misalkan dia kena goyang terus-terusan gitu, posisinya nggak tetap. Nah, itu kan merusak isinya, kan? Jadi benar-benar diperhatikan dari fungsi kemasannya itu, dibuat supaya bisa melindungi produk yang ada di dalamnya. Itu yang paling pentingnya sih.

Shafa:

Berarti yang paling penting ya, karena balik lagi, itu kan kemasan ya, jadi lebih ke nilai fungsionalnya dia, bagaimana dia bisa melindungi produknya.



© 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

Icha:

Itu poin penting pertama pastinya gitu.

Shafa:

Berarti tadi itu dari secara strukturnya ya, Kak? Kalau secara *surface*, menurut Kak Icha sendiri gimana? Poin-poin yang harus diperhatikan?

Icha:

Kalau secara *surface*, pastinya... kayak penggunaan *font* tipografinya itu jangan yang terlalu rumit sih menurut aku. Kalau untuk kemasan itu harus jelas. Terus harus nonjolin profil produknya juga, misalkan identitasnya logo. Bagus lagi kalau misalkan nunjukin produk, bisa dalam bentuk foto atau misalkan dibikin dari strukturnya supaya produk dalemnya keliatan gitu. Atau kan *brand* yang lagi kamu kerjain ini udah ada sertifikasi gitu-gitunya kan? Nah, penting juga tuh. Di kemasan kamu harus ngasih informasi data legal itu. Karena itu berpengaruh banget. Itu wajib banget kalau misalkan dia udah ada PIRT-nya, halal nya, legalnya, atau penghargaannya, gitu-gitu. Itu harus masuk di kemasan. Supaya orang tau kalau, oh ini makanannya udah ada izin halal nya, udah ada izin edarnya, jelas gitu. Ada BPOM-nya jelas, dan lain-lain.

Shafa:

Bener juga. Karena itu juga ngeyakinin konsumen untuk, oh ini aman loh. Gitu.

Icha:

Iya, emang. Jadi konsumen tahu dong kalau ini *brand*-nya berarti udah ngurus legalitas, udah ngurus halal nya, berarti ini berkualitas dong gitu. Terus juga pemilihan warna yang tepat itu juga ngaruh banget ya, jadi harus benar-benar diperhatikan juga. Kira-kira warnanya cocok nggak untuk produk, misalkan produk yang dijualnya itu makanan. Warna apa nih yang kira-kira cocok untuk produk makanan yang lagi kamu jual ini di kemasannya, supaya orang itu bisa tertarik? Gitu. Karena, bagi sebagian orang, nilai kemasan itu juga berpengaruh ke daya beli ya. Kayak misalkan ngeliat desain kemasan Teh Botol setiap ada ilustrasi-ilustrasi bagus nya. Bagi sebagian orang, lucu, pengen beli. Ada yang bahkan mau koleksi ilustrasi-ilustrasi botolnya, gitu. Jadi emang daya tarik dari desain kemasan juga ada pengaruhnya. Jadi, pemilihan warna dan gaya desainnya juga diperhatikan.

Shafa:

Nah, ngomongin warna nih, Kak, kalau untuk *mass produce* cetak kemasan itu kan pakai pelat cetak kan. Kalau metode cetak seperti itu, jumlah warna yang



© 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

dipakai itu kan berpengaruh, ya. Jadi semakin banyak warna yang dipakai, semakin banyak pelat yang dibikin juga, semakin mahal kemasannya. Ini kayak pertimbangan *cost* gitu. Jadi kalau makin banyak warna yang dipakai, berarti kan makin mahal. Tapi, kalau warna yang dipakai sedikit takutnya desainnya jadi kurang menarik. Nah, Kak Icha punya tips gak kira-kira, biar desain yang dibuat ini pakai warna yang sedikit tapi tetap bisa menarik konsumen?

Icha:

Ya, bisa aja sih kalau misalkan kayak gitu. Waktu itu juga pas kuliah diajarin ya, cuman jujur kalau untuk cetak-cetak ini sebenarnya aku lupa. Banyak banget lupanya. Jadi, kadang tuh aku juga kalau lagi *freelance* aku harus sambil *searching-searching* lagi supaya... Apa ya? Dulu tuh pernah belajar ini, lupa... Terus *searching* dulu, gitu. Karena soal warna-warna ini *complicated* banget sih. Otakku susah untuk menerima ini, jadi emang butuh waktu. Emang ada setau aku kayak begitu ya, jadi menghindari warna-warna *limited* gitu sih, kalo yang aku tau ya.

Shafa:

Iya, bener-bener, warna spesial gitu.

Icha:

Special color gitu dihindarin deh, pakai warna-warna yang aman. Itu kamu bisa cari sih di internet, kode-kode warnanya yang aman untuk dicetak. Jangan pakai-pakai *special color* ya, mau pakai warna-warna yang biasa juga tetap bakal kelihatan bagus-bagus aja, itu kan gimana kamu bikin visual *design*-nya kan? Gimana kamu bikin, kreativitas kamu gimana gitu. Gak perlu pakai warna spesial juga, banyak kok kemasan yang udah bagus-bagus.

Shafa:

Proyek yang aku lagi kerjain itu desain kemasan takoyaki ya. Menurut Kak Icha penting nggak sih untuk menampilkan gambar takoyaki dalam desain kemasan?

Icha:

Gambar atau foto nih?

Shafa:

Nah itu dia, menurut Kak Icha lebih bagus foto atau ilustrasi kira-kira?



© 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

Icha:

Kalau misalkan aku lihat dari logonya ya, kalau aku sih lebih *prefer* ilustrasi ya. Kalau emang kamu mau ngasih tunjuk langsung produknya juga bisa. Kamu bikin di strukturnya aja supaya produknya kelihatan. Dia dibikin kayak bolong gitu, tau kan? Ada *window*-nya begitu supaya produknya kelihatan. Itu satu. Tapi kalau misalkan nggak kelihatan produknya pun, lebih baik sih pakai ilustrasi aja ya. Karena... kalau foto menurut aku lebih cocok kamu taruh di poster, buku menu, gitu-gitu, yang kalau orang mau pesen bisa langsung ngeliat foto isinya gitu. Soalnya kan takoyaki ini bukan produk yang dipajang di Alfamart, Indomaret, gitu kan? Orang otomatis pesennya kalau nggak langsung itu dari Gojek, *e-commerce*, gitu. Nah, mereka kan udah ngeliat fotonya dari situ, jadi untuk kemasannya sendiri menurut aku gak usah pakai foto ya. Kamu mau pakai ilustrasi gambar takoyaknya boleh, atau gak pakai ilustrasi takoyaknya pun gak apa-apa, gitu. Yang penting ada elemen-elemen visual yang mencirikan atau menggambarkan *brand* takoyaknya aja.

Shafa:

Menurut Kak Icha, setelah melihat logo Osaka Takoyaki, sekiranya *font* kayak apa yang cocok untuk ngedampingin logonya biar tetap senada? Untuk tipografi di kemasannya.

Icha:

Dia kan pake *font*-nya serif yang udah dimodifikasi jadi *fun* gitu. Kalo kamu mau pake model-model *font* yang fun kayak si logonya ini juga bisa, atau *font script*, cuman gak yang terlalu kayak *handwriting* gitu loh, itu juga bisa. Atau amannya pake sans serif kalau untuk menjangkau anak muda. Yang penting jangan yang terlalu kaku aja, karena ini kan bukan Teh Keraton.

Shafa:

Iya, soalnya setelah aku liat *font*-nya juga, dia kan *font*-nya tebal-tebel gitu ya. Dan itu jatohnya ada serif-nya tapi dikit gitu, tapi dia gemuk-gemuk. Jadi aku juga agak bingung, ini kira-kira apa ya *font* yang bisa ngimbangin dia?

Icha:

Iya, kalau kunci amannya sih sans serif ya. Tapi itu bisa juga *combine* pakai *font* yang *handwriting* gitu.

Shafa:

Selanjutnya aku ada pertanyaan untuk struktur kemasannya nih Kak. Kemasannya itu pake bahan *ivory* 315 gsm, dalamnya gak dilaminasi. Dan sepengalaman



© 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

konsumen, waktu itu aku sempat *interview* juga, mereka bilang itu masih suka rembes dan robek kalau di *take away*. Kira-kira ada solusi gak ya untuk mencegah hal itu? Apakah mungkin bahannya ditebelin, atau ada rekomendasi bahan lain?

Icha:

Kalau untuk mencegah rembes itu ada lapisannya. Kamu tau gak sih *snack box* standar yang suka dijual di toko bahan kue gitu-gitu? *Snack box* yang warna coklat, tau? Dia kan dalamnya itu ada laminasinya ya, nah itu tahan rembes. Kalo yang sepengalaman aku pernah pake ya, itu yang kaya gitu tahan rembes. Jadi meskipun kalau dalamnya panas, itu gak akan meleyot gitu loh. Si karton ini gak akan meleyot.

Shafa:

Nah, kebetulan Osaka Takoyaki juga pernah pakai yang coklat ini, aku pernah dikasih sampelnya sama klien. Tapi sayangnya dia bahannya tipis banget, berapa ya, mungkin gak sampai 300 gsm ya.

Icha:

Memang standar sih, kalau yang coklat biasanya. Paling kalau kayak begitu di-*custom* aja untuk *box*-nya, ukuran kartonnya, ketebalannya. Tapi laminasinya bisa mengacu ke kemasan yang coklat itu sih, menurut aku. Aku kurang tahu ya nama laminasinya apa, mungkin kamu bisa cari-cari tahu atau gali-gali lagi kira-kira apa namanya. Yang jelas laminasi dalamnya kayak begitu untuk cegah rembesnya itu. Sama kayak kertas nasi, semodel itu ya kayaknya. Dalamnya pake kertas nasi. Biasanya sih kalo misalkan pake kemasan yang kayak kamu kirim di foto itu ya, yang *box* putih itu, kalo orang-orang dilapisin kertas nasi. Jadi ini bisa, cuman bakal lebih banyak sampah kan, kalau kayak gitu. Kalau ada bumbunya juga kadang suka keluar-keluar dari kertas nasinya juga. Jadi lebih berantakan aja gitu. Tapi, itu salah satu cara sederhananya sih. Kalau misalkan pakai kemasan gitu doang, iya jelas, pasti bakalan rembes

Shafa:

Berarti mungkin daripada nambah-nambahin limbah kertas di ini, mungkin nanti aku bisa riset lagi kali ya, untuk si laminasinya ini. Terus selain itu, Kak Icha kira-kira punya rekomendasi kuncian struktur kemasan nggak ya untuk kemasan makanan, khususnya takoyaki? Kayak biasanya orang tuh pakai kuncian yang seperti apa sih, gitu?

© 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

Icha:

Aku pernah beli sih, ada kuncinya gitu. Cuman, gimana ya, aku ngedeskripsiiannya susah, mungkin nanti aku bisa kirim aja ya fotonya?

Shafa:

Boleh, boleh, boleh. Boleh banget.

Icha:





© 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

Shafa:

Menurut Kak Ica, fitur-fitur tambahan di kemasan itu penting nggak sih? Baik dari sisi fungsionalitas maupun, apa ya, dia kan jadi unik gitu ya?

Icha:

Contohnya kalau fitur-fitur tertentu itu maksudnya apa?

Shafa:

Misalkan kayak bolongan untuk naro sumpit, untuk naro tusuk gigi gitu misal, atau mungkin dia ada *handle*-nya, kayak gitu-gitu sih. Soalnya biasanya untuk takoyaki dia kotaknya standar banget ya. Kayak cuman, yaudah, kotak aja gitu.

Icha:

Boleh sih, kalau untuk di struktur itu, kayak tempat naro sumpit gitu. Kamu pernah ngeliat *box*-nya Mie Gacoan yang baru?

Shafa:

Jujur belum. Jarang beli Mie Gacoan.

Icha:

Oke, nanti aku coba bisa kasih contoh kali ya gambarnya. Pokoknya bentuknya kayak kemasan *box* yang kamu kirim itu, dia ada kayak lubang-lubang gitu loh di pinggir-pinggirnya. Jadi, lubangnya itu nandain levelnya. Jadi misalkan kita mesen level 3 gitu kan, nanti dia itu ada angka-angka sesuai levelnya. Nanti yang 3 itu kayak dibolongin gitu, jadi udah ada kayak *cutting*-nya gitu loh, *cutting* lubangnya

Shafa:

Oh, udah ada perforasinya gitu ya?

Icha:

Ya, jadi ada *cutting* lobangnya, nanti tinggal di kasih. Jadi orang gak perlu nulis-nulis jenis menunya apa-apa-apa, kan kadang misalkan takoyaki ada yang pedas, ada yang gak pedas, gitu kan. Misalkan takoyaki-nya gak pake mayonais, jadi gak usah ditulis pake spidol lagi, jadi tinggal dibolongin pas bagian *cutting*-nya. Jadi keliatan gitu. Terus, aku jadi kepikiran juga, di kanan-kirinya juga ada ada *cutting* lagi gitu, lubang *cutting*-nya. Dan itu tuh muat untuk sumpit. Jadi, ibaratnya kalau kita makan tapi belum habis tapi mau ditutup, kan kalau misalkan kita makan pakai *box*, kalau kita taruh sumpit kan *box*-nya jadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

ngangkat, nggak bisa ditutup ya? Nah, lubang itu tuh bisa jadi opsi. Kita taruh sumpitnya di situ, tapi bisa tertutup rapat.

Shafa:

Kayaknya yang Gacoan itu aku juga pernah lihat deh, tapi bukan di Gacoan. Kayaknya KFC deh, udah lama banget, jadi dia kayak burger gitu. Terus di belakangnya kayak gitu, bisa dibolong-bolongin gitu, udah ada perforasinya.

Icha:

Jadi emang ada struktur kayak *cutting-cutting*-nya ini, yang ada fungsionalitasnya juga. Kamu kreasiin lah kira-kira bagaimana supaya lebih fungsional.

Shafa:

Pertanyaan terakhir nih, Kak. Ada gak sih hal-hal yang harus dihindari dalam mendesain kemasan?

Icha:

Kalau menurut aku hal-hal yang wajib dihindari itu pertama kamu jangan pakai gambar-gambar yang ilegal. Jangan ya, itu penting banget kan, itu ngaruh ke hak cipta juga. Terus, kamu juga harus memperhatikan desain kamu, kira-kira plagiarisme gak nih sama desain kemasan yang lain? Itu juga harus diperhatikan ya, hindari plagiarisme. Terus, tipografi yang sulit dibaca itu juga penting dihindari juga, pokoknya gimana caranya supaya tipografinya ini dibaca sama orang itu jelas dan enak. Identitas *brand*-nya, izin, dan lain-lainnya juga terlihat dengan jelas. Jangan sampai sulit dibaca. Jangan yang terlalu kecil banget, atau misalkan tulisannya jadi berbayang, atau tulisannya jadi terlalu, misalnya pake *font*-nya *script* semua, susah dibacanya. Kayak Instagram-nya gak bisa dibaca, izinnya juga gak bisa dibaca. Kamu harus tau kalau desain kemasan itu, kalau misalkan dia udah punya izin dan lain-lainnya, penempatan logo-logo, izin dan lain-lainnya itu, ada aturannya. Jadi kamu harus cari tahu aturan penempatan, jadi gak bisa sembarangan. Misalkan dia udah punya PIRT-nya, udah punya izin halal-nya, udah punya BPOM-nya, udah punya penghargaan-penghargaannya, barcode, dan lain-lain, itu jangan lupa juga semuanya kamu gak bisa asal naruh. Itu ada aturannya, naruhnya dimana. Tapi, yang paling penting jangan lupa kasih *expiry date*-nya. Meskipun itu di-*take away*, ada baiknya kamu tulis kayak, baik dikonsumsi setelah 2 jam dari makanan diterima. Baik dikonsumsi setelah... Berapa ini, gitu. Baiknya kayak gitu. Susu pun gitu. Aku pernah beli produk susu juga yang di-*take away* gitu, bukan susu kemasan yang di Alfamart, Indomaret gitu, yang kayak di supermarket, enggak. Itu susu kemasan yang diracik dulu, terus habis itu baru disegel, gitu kan ada tulisannya, setelah susunya dibuka, baik

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

dihabiskan maksimal 1 jam, atau maksimal 2 jam. Karena lebih dari itu mungkin rasanya akan berubah, karena ini susu murni, susu segar. Jadi itu wajib juga sih, meskipun itu hanya kemasan takoyaki. Itu detail-detail-nya yang penting.

Shafa:

Oke, karena itu pertanyaan terakhir, kita sudah sampai di penghujung interview. Makasih banyak, Kak Icha, sudah membuang waktunya. Aku dapat banyak banget *insight* dari Kak Icha.

Icha:

Iya, sama-sama. Seneng kalau misalkan bisa membantu, tapi mohon maaf kalau infonya juga terbatas, dan mungkin kurang memuaskan jawabannya. Soalnya aku emang gak begitu pengalaman di desain kemasan, cuma pernah sesekali waktu. Oh iya, aku baru inget kalau aku pernah desain kemasan, label kemasan sih. Tapi untuk kayak struktur kemasannya enggak.

Shafa:

Jadi label aja ya? Tapi gak apa-apa sih. Maksudnya, aku percaya *judgement*-nya Kak Icha sebagai lebih berpengalaman. Gak apa-apa sih. Oke, terima kasih banyak Kak Icha.

Icha:

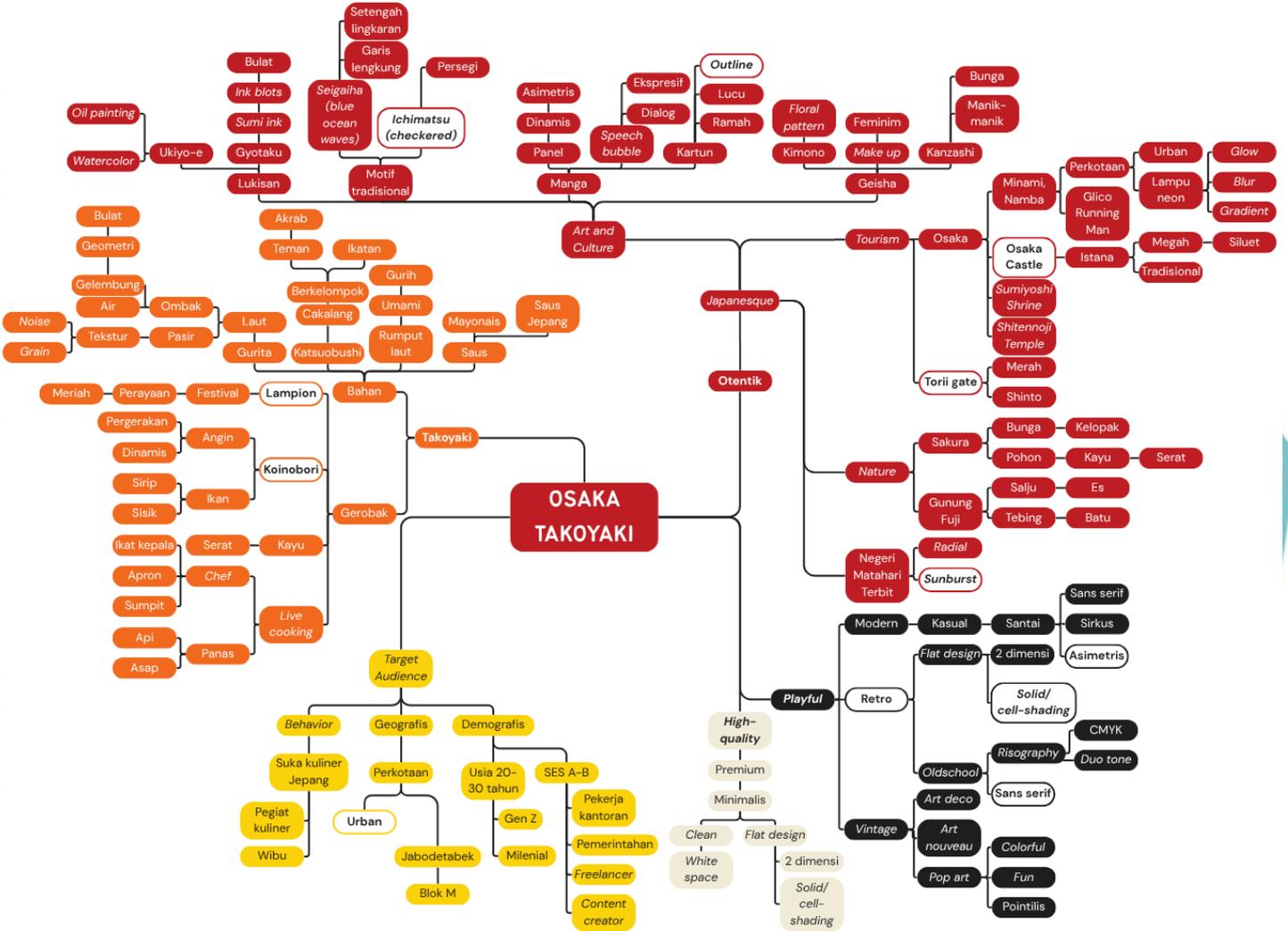
Oke, sama-sama, sukses selalu ya Shafa. Semoga skripsinya dimudahkan.

Shafa:

Aamiin, aamiin. Terima kasih, Kak. Sukses selalu.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 3. Mindmap.



umber :
penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



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 4. Hasil Turnitin/Cek Plagiasi.



Similarity Report ID: oid:3618:103087821

PAPER NAME	AUTHOR
DG8D_Shafa Kayla Azzahra_Perancangan Desain Kemasan Sebagai Brand Awareness Osaka Takoyaki.pdf	Shafa Kayla Azzahra
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
10036 Words	62213 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
55 Pages	832.6KB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 1, 2025 9:13 AM GMT+7	Jul 1, 2025 9:16 AM GMT+7

● 6% 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

Summary



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Dokumentasi.

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



Foto dengan owner Osaka Takoyaki.
Sumber: Dokumentasi pribadi



Produk Osaka Takoyaki serta kemasannya.
Sumber: Dokumentasi pribadi



Foto dengan responden testing.
Sumber: Dokumentasi pribadi



Foto kemasan testing.
Sumber: Dokumentasi pribadi



Lampiran 6. Riwayat Hidup Singkat.

- 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

SHAFA KAYLA A.

GRAPHIC DESIGNER STUDENT

WORK EXPERIENCE

Graphic Designer Intern | Shipper
2025
Assisted the graphic design team on designing campaigns, seasonal design revamps, livestream assets for e-commerce clients. Was also responsible for designing presentation slides for the company.

Graphic Designer Intern | Citiasia Inc.
2024
Collaborated with the graphic design team in the creation of designs according to creative briefs, and responsible for designing promotional media for Citiasia Inc.'s Instagram account, and other projects outside of social media like event banners and Google Form headers.

EDUCATION

D4 Graphic Design | Politeknik Negeri Jakarta
2021 - present

LANGUAGE

English Bahasa Indonesia

ABOUT ME

Hi, hello! My name is Shafa, a D4 Graphic Design student at Politeknik Negeri Jakarta who has passion in the realm of digital illustration and graphic design. I'm open to constructive feedback, and willing to commit to skill development in order to create improvements in art.

behance.net/shafa_kayla8

0877-828-1383

shafa.kayla8@gmail.com

Jakarta, Indonesia (13720)