



© 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 *GIFT* UNTUK *BRAND* *TABBYNA*
SEBAGAI *SPECIAL PACKAGING* PRODUK AKSESORI



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

Oleh:
SYARIFA NADA AZ ZAHRA
2206421104

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK
2026



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Kemasan *Gift* Untuk *Brand* Tabbyna
Sebagai *Special Packaging* Produk Aksesori
Penulis : Syarifa Nada Az Zahra
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, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019



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

PERANCANGN DESAIN KEMASAN *GIFT* UNTUK BRAND TABBYNA SEBAGAI *SPECIAL PACKAGING* PRODUK AKSESORI

Oleh:

Syarifa Nada Az Zahra
2206421104

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2026

Penguji I

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP.198911012025062002

Penguji II

MRR. Tiya Maheni DK, S.H., M.H.
NIP. 197608241990032002

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN *GIFT* UNTUK BRAND TABBYNA SEBAGAI *SPECIAL PACKAGING* PRODUK AKSESORI

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, 3 Juli 2026



Syarriifa Nada Az Zahra
2206421104



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

Industri aksesoris *handmade* di Indonesia terus berkembang, namun kemasan hadiah yang mampu merepresentasikan nilai personal dan identitas merek masih jarang dirancang secara khusus, termasuk pada *brand* aksesoris Tabbyna yang sebelumnya hanya menggunakan kemasan *paper* sederhana. Penelitian ini bertujuan merancang *gift packaging* yang mampu meningkatkan nilai estetika produk aksesoris sekaligus merepresentasikan identitas Tabbyna sebagai *brand* feminin dan *classy*. Metode yang digunakan adalah *design thinking* dengan lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, didukung pendekatan *mixed-methods* melalui wawancara, observasi, studi literatur, dan survei. Hasil perancangan menghasilkan kemasan dengan tipografi *script* dan sans-serif, palet warna pink, hijau, khaki, dan beige, ilustrasi bunga, pita, kristal, dan efek *sparkle*, serta struktur kemasan dengan handle terintegrasi, kuncian *flip lock* berbentuk bunga, dan *holder* aksesoris. Pengujian prototipe terhadap 15 responden target audiens menunjukkan bahwa kemasan dinilai menarik, estetik, fungsional, dan layak digunakan sebagai kemasan hadiah. Dapat disimpulkan bahwa kemasan *gift* Tabbyna berhasil meningkatkan nilai estetika produk sekaligus merepresentasikan identitas merek Tabbyna yang feminin dan *classy*.

Kata kunci: kemasan *gift*, kemasan khusus, desain kemasan, aksesoris *handmade*, *design thinking*

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

ABSTARCT

The handmade accessory industry in Indonesia continues to grow, yet gift packaging capable of representing personal value and brand identity is still rarely designed specifically, including for the accessory brand Tabbyna, which previously used only simple paper packaging. This study aims to design gift packaging that enhances the aesthetic value of accessory products while representing Tabbyna's identity as a feminine and classy brand. The method applied is design thinking, consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test, supported by a mixed-methods approach through interviews, observation, literature review, and surveys. The design results in packaging featuring script and sans-serif typography, a color palette of pink, green, khaki, and beige, illustrations of flowers, ribbons, crystals, and sparkle effects, along with a structure comprising an integrated handle, a flower-shaped flip-lock closure, and an accessory holder. Prototype testing with 15 target-audience respondents showed that the packaging was considered attractive, aesthetic, functional, and suitable for use as gift packaging. It can be concluded that Tabbyna's gift packaging successfully improved the product's aesthetic value while representing a feminine and classy brand identity.

Keywords: gift packaging, special packaging, packaging design, handmade accessories, design thinking

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Desain Kemasan *Gift* untuk *Brand* Tabbyna sebagai *Special Packaging* Produk Aksesori” ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban akademik untuk memenuhi persyaratan penyelesaian studi pada Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta.

Dengan selesainya Laporan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa proses penyusunannya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, informasi, serta masukan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis, Teknik Grafika dan Penerbitan.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis menyusun Tugas Akhir.
5. Seluruh Dosen Desain Grafis yang telah memberikan ilmu selama mengikuti pembelajaran di Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
6. Angel Victoria, Cheisa Marina, Firmanisa Safitri, Keysha Ismi, Nailah Khansa, Shabrina Najla dan Zahra Nabila yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berbagi cerita selama proses penyusunan Tugas Akhir.
7. Ummi, Abi, dan Adik-adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat kepada penulis dalam setiap proses penyelesaian Tugas Akhir.
8. Kak Shafa, selaku pemilik Tabbyna, yang telah memberikan kepercayaan, dukungan, kesempatan untuk bekerja sama, serta membantu penulis dengan



© 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

menyediakan informasi yang diperlukan selama proses penyusunan Tugas Akhir.

9. Olivia Rodrigo dan Off Campus Cast beserta karya-karyanya yang telah menemani dan memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.

Depok, 03 September 2026

Syarifa Nada Az Zahra





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
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Kemasan	8
2.1.1 Pengertian kemasan.....	8
2.1.2 Fungsi kemasan.....	8
2.1.3 Jenis kemasan.....	9
2.1.4 Material Kemasan Karton	11
2.2 Kemasan Khusus (<i>Special packaging</i>)	14
2.3 Kemasan Ramah Lingkungan.....	17
2.4 Desain Kemasan	19
2.4.1 Struktur Kemasan.....	19
2.4.2 Desain Grafis Kemasan.....	25
2.5 Metode Riset Desain.....	33
BAB III METODE PERANCANGAN.....	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Data Analisis	43
3.2.1 Profil Klien.....	43



© 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

3.2.2	<i>Product Knowledge</i>	45
3.2.3	Target Audience	46
3.2.4	Kompetitor	46
3.2.5	<i>Consumer Insight</i>	48
3.2.6	<i>Positioning</i>	51
3.2.7	Analisis SWOT	53
3.3	Arahan Kreatif	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Konsep Visual	58
4.1.1	<i>Mind Map</i>	58
4.1.2	<i>Moodboard</i>	59
4.2	Proses Desain	60
4.2.1	Sketsa Struktur Kemasan	60
4.2.2	Sketsa Manual	62
4.2.3	Desain Komprehensif	70
4.2.4	Desain Terpilih	76
4.2.5	<i>Prototype</i>	79
4.2.6	Testing	81
4.2.7	Technical Drawing	83
4.2.8	Final Artwork	84
4.3	Media pendukung	93
4.4	Pertimbangan Produksi	95
BAB V PENUTUP		96
4.5	Simpulan	96
4.6	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kemasan Primer	9
Gambar 2. 2 Kemasan Sekunder	10
Gambar 2. 3 Kemasan Tersier	10
Gambar 2. 4 Karton Duplex	11
Gambar 2. 5 Art Carton	12
Gambar 2. 6 Kertas Ivory	12
Gambar 2. 7 Kertas Kraft	13
Gambar 2. 8 Corrugated Board	13
Gambar 2. 9 Art Paper	14
Gambar 2. 10 Special Packaging	14
Gambar 2. 11 Gift packaging	15
Gambar 2. 12 Limited Edition Packaging	16
Gambar 2. 13 Seasonal Packaging	16
Gambar 2. 14 Collaboration Packaging	17
Gambar 2. 15 Kemasan karton lipat	19
Gambar 2. 16 Straight Tuck Box	20
Gambar 2. 17 Kemasan reverse tuck	20
Gambar 2. 18 Kemasan lock bottom box (LB)	21
Gambar 2. 19 Kemasan crash bottom box (CB)	21
Gambar 2. 20 Kemasan one piece tuck (TT)	22
Gambar 2. 21 Kemasan Two Piece	22
Gambar 2. 22 Kemasan Holster Boxes	23
Gambar 2. 23 Kemasan set up box	23
Gambar 2. 24 Kemasan sleeve	24
Gambar 2. 25 Kemasan paper tube	25
Gambar 2. 26 Warna	26
Gambar 2. 27 Tipografi	28
Gambar 2. 28 Serif	29
Gambar 2. 29 Sans serif	29
Gambar 2. 30 Script	30
Gambar 2. 31 Decorative	30
Gambar 2. 32 Ilustrasi pada packaging	31
Gambar 2. 33 Layout pada packaging	31
Gambar 3. 1 Logo Tabbyna	44
Gambar 3. 2 Produk Tabbyna	45
Gambar 3. 3 Logo, produk, dan kemasan Dymanikan	47
Gambar 3. 4 Logo, produk, dan kemasan Lalidas Bracelet	47
Gambar 3. 5 Logo, produk, dan kemasan Gelma Nic	48
Gambar 3. 6 Positioning	52
Gambar 4. 1 Hasil Mindmap	58
Gambar 4. 2 Moodboard Visual	59
Gambar 4. 3 Moodboard Struktur	60
Gambar 4. 4 Sketsa Struktur Alternatif 1	61
Gambar 4. 5 Sketsa Struktur Alternatif 2	62



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 6 Sketsa Surface Alternatif 1.....	63
Gambar 4. 7 Sketsa Surface Alternatif 2.....	65
Gambar 4. 8 Sketsa Surface Alternatif 3.....	66
Gambar 4. 9 Sketsa Surface Alternatif 4.....	67
Gambar 4. 10 Sketsa Surface Alternatif 5.....	69
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 1.....	71
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 2.....	73
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif 3.....	75
Gambar 4. 14 Desain Terpilih.....	76
Gambar 4. 15 Mock Up 3d.....	79
Gambar 4. 16 Prototype Kemasan.....	80
Gambar 4. 17 Technical Drawing Kemasan.....	83
Gambar 4. 18 Technical Drawing Holder Kemasan.....	84
Gambar 4. 19 Final Art Work Kemasan Gift.....	86
Gambar 4. 20 Final Art Work Holder Kemasan Gift.....	86
Gambar 4. 21 Font Hatterline.....	87
Gambar 4. 22 Font Arumira.....	87
Gambar 4. 23 Warna Utama.....	87
Gambar 4. 24 Warna Turunan Pink.....	88
Gambar 4. 25 Warna Turunan Hijau.....	88
Gambar 4. 26 Warna Turunan Khaki.....	89
Gambar 4. 27 Warna Beige.....	89
Gambar 4. 28 Ilustrasi Kemasan.....	90
Gambar 4. 29 Kesatuan Pada Desain Kemasan.....	91
Gambar 4. 30 Keseimbangan Pada Desain Kemasan.....	91
Gambar 4. 31 Penekanan Pada Desain Kemasan.....	92
Gambar 4. 32 Irama Pada Desain Kemasan.....	92
Gambar 4. 33 Thank you card.....	93
Gambar 4. 34 Care Instructions Card.....	94
Gambar 4. 35 Sticker Sheet.....	95



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 2. 1 Material Kemasan Ramah Lingkungan.....	18
Tabel 2. 2 Makna Psikologi Warna.....	26
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	53
Tabel 3. 2 Arahkan Kreatif.....	55
Table 4. 1 Keyword Mindmap	58
Table 4. 2 Hasil Testing	81





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 : Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 : Dokumentasi Riset
- Lampiran 4 : Logbook Bimbingan TA
- Lampiran 5 : Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup



Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2021, sektor ekonomi kreatif tercatat menyumbang sekitar Rp1.274 triliun terhadap PDB Indonesia (Syafri et al., 2023). Hal inilah yang mendorong perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup pesat, terutama pada bidang aksesoris perhiasan *handmade* pada (Fahrurrozi et al., 2024).

Nilai emosional dan eksklusivitas yang melekat pada aksesoris *handmade* semakin diperkuat ketika produk tersebut dijadikan hadiah, di mana pemberian tidak hanya menyampaikan barang, melainkan juga cerita pribadi dan penghargaan mendalam kepada penerima. Aktivitas bertukar hadiah merupakan instrumen komunikasi sosial yang merepresentasikan nilai etika dan norma kesantunan. Dalam konteks ini, kemasan berfungsi sebagai representasi visual yang menentukan persepsi kualitas serta nilai emosional sebuah pemberian. Tingginya atensi konsumen terhadap aspek estetika kemasan sering kali berimplikasi pada kesediaan membayar lebih (*willingness to pay*) untuk kemasan yang dianggap eksklusif meskipun terkadang cenderung berlebihan (Liu & Hong, 2023)

Sebuah aksesoris membutuhkan kemasan yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menampilkan nilai estetika dan meningkatkan daya tariknya di mata konsumen. Kemasan memiliki peran strategis karena menjadi titik awal perhatian konsumen sebelum keputusan pembelian dilakukan. Selain sebagai pelindung, kemasan juga berfungsi sebagai media informasi sekaligus representasi identitas merek (Fidiana et al., 2024). Hal ini dibuktikan oleh Agus (2024), bahwa perancangan kemasan pada produk aksesoris meja NUSAPAD mampu meningkatkan citra produk dan minat beli konsumen. Sebelum adanya desain kemasan baru, produk hanya dikemas dengan kardus polos tanpa ilustrasi, logo, maupun informasi produk, sehingga konsumen menganggap produk tersebut murahan meskipun kualitasnya cukup baik. Setelah diterapkan desain kemasan baru



© 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

dengan penambahan identitas merek, ilustrasi bertema nusantara, tipografi yang sesuai, dan material premium, citra produk meningkat dan kemasan menjadi salah satu faktor pendorong konsumen untuk menginginkan produk tersebut.

Hal serupa juga ditemukan pada penelitian Azzahra (2024), yang merancang ulang kemasan produk aksesoris dan kerajinan tangan *Gwiyomi_gift*, di mana penerapan konsep minimalis modern dengan palet warna merah muda, putih, dan hitam, serta penambahan logo berornamen bunga terbukti mampu meningkatkan daya tarik visual produk dan memperkuat identitas merek *Gwiyomi_gift* di mata konsumen. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji perancangan kemasan hadiah sebagai strategi visual untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek, Johny et al., (2024), merancang kemasan hampers edisi Natal untuk perusahaan Derlowen ID dengan pendekatan yang memadukan estetika, fungsionalitas, dan identitas merek. Penelitian ini membuktikan bahwa elemen visual seperti palet warna, tipografi, dan ilustrasi tematik mampu memperkuat daya tarik produk sekaligus membangun citra merek yang konsisten di pasar *gift packaging* premium.

Meskipun kajian mengenai kemasan produk aksesoris dan kemasan hadiah telah berkembang secara terpisah, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan keduanya yakni perancangan *gift packaging* untuk aksesoris *handmade* masih belum banyak ditemukan. Padahal, aksesoris *handmade* memiliki karakteristik yang berbeda dibanding produk massal karena mengedepankan nilai personal, eksklusivitas, dan cerita di balik produk. Kemasan hadiah untuk aksesoris *handmade* idealnya tidak hanya memperhatikan aspek estetika dan perlindungan produk, tetapi juga mampu mencerminkan identitas brand dan pengalaman emosional yang ingin disampaikan kepada penerima. Kondisi inilah yang menjadi dasar relevansi perancangan *gift packaging* pada brand aksesoris Tabbyna sebagai upaya mengisi celah tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, perancangan *gift packaging* pada brand aksesoris Tabbyna menjadi relevan untuk dikembangkan. Sebagai brand lokal menghadirkan produk seperti gelang batu alam, cincin titanium, dan gantungan kunci dan sebagainya. Setiap produk dibuat oleh para pengrajin lokal terampil 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

menghidupkan warisan budaya melalui anyaman dan desain khas dari berbagai daerah. Inspirasi pengembangan aksesoris Tabbyna banyak diambil dari suasana penjualan di *Solo Art Market* yang identik dengan atmosfer hangat, kreatif, dan penuh sentuhan karya lokal. Deretan produk *handmade* yang ditampilkan secara artistik, interaksi personal antara penjual dan pembeli, serta nuansa budaya yang elegan menjadi inspirasi dalam membangun karakter visual *brand* Tabbyna. Konsep tersebut kemudian dipadukan dengan gaya estetik modern yang tetap menghadirkan kesan *classy* dan feminim, sehingga menghasilkan produk aksesoris yang tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap gaya, tetapi juga memiliki nilai emosional dan identitas visual yang khas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran kemasan hadiah (*gift packaging*) dalam meningkatkan nilai estetika produk aksesoris?
2. Bagaimana kemasan hadiah dapat merepresentasikan identitas merek Tabbyna sebagai *brand* feminim dengan sentuhan *classy*?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, ruang lingkup pembahasan dalam perancangan kemasan boneka ini terfokus pada:

1. Proses perancangan desain kemasan khusus untuk produk aksesoris Tabbyna (gelang batu alam, cincin titanium, dan gantungan kunci).
2. Penggunaan teori prinsip dan elemen desain grafis dalam perancangan kemasan khusus Tabbyna.
3. Pemilihan struktur dan material kemasan yang sesuai dengan karakter produk dan identitas merek Tabbyna.
4. Pengaplikasian hasil desain perancangan kemasan khusus pada produk Tabbyna pada media turuann

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam laporan tugas akhir ini terdapat beberapa tujuan dan manfaat, yaitu sebagai berikut:



Hak Cipta :

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

1. Tujuan
 - a. Merancang kemasan hadiah (*gift packaging*) yang mampu meningkatkan nilai estetika serta daya tarik visual pada brand aksesoris Tabbyna.
 - b. Merancang kemasan hadiah yang mampu merepresentasikan identitas merek Tabbyna, yaitu brand aksesoris *handmade* dengan identitas visual yang feminin dan *classy* sehingga memperkuat karakter dan diferensiasi produknya.
2. Manfaat
 - a. Akademis
 1. Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai penerapan teori, prinsip, serta elemen desain grafis dalam perancangan kemasan brand aksesoris.
 2. Menjadi bahan referensi yang dapat dijadikan dasar penelitian terkait proses perancangan kemasan brand aksesoris di masa depan.
 - b. Praktis

Perancangan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha aksesoris di Indonesia, khususnya Tabbyna, dalam menghadirkan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen

1.5 Sistematika Penelitian

Penyusunan struktur dalam perancangan kemasan *gift* untuk tugas akhir ini terdiri dari sejumlah bab dan halaman yang disusun dengan sistematis dan rinci, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perancangan kemasan khusus untuk produk aksesoris Tabbyna, yang bertujuan menghadirkan nilai tambah dan pengalaman berkesan bagi konsumen. Selain itu, bab ini juga mencakup rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan Tugas Akhir, serta sistematika penulisan.



Hak Cipta :

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

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat teori-teori yang menjadi dasar dalam perancangan kemasan khusus untuk produk aksesoris Tabbyna. Materi yang dibahas meliputi konsep kemasan, desain grafis, struktur dan material kemasan, teori proses desain kemasan, serta prinsip-prinsip perancangan kemasan yang mampu menghadirkan pengalaman berkesan bagi konsumen.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode perancangan yang digunakan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir, termasuk metode riset desain melalui pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Data yang diperoleh kemudian diolah menjadi arahan kreatif yang mendukung proses perancangan kemasan khusus untuk produk aksesoris Tabbyna.

BAB IV

HASIL PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil perancangan kemasan *gift* untuk *brand* Tabbyna secara menyeluruh. Diawali dengan pemaparan konsep visual melalui *mind map* dan *moodboard* yang menghasilkan empat kata kunci utama (*feminin*, *classy*, *estetik*, dan *handmade*), dilanjutkan dengan proses desain yang mencakup sketsa struktur kemasan, sketsa manual, hingga pengembangan desain komprehensif dan pemilihan desain terpilih. Bab ini juga membahas tahap *prototype* dalam bentuk *mockup* digital dan *dummy* cetak, hasil *testing* kemasan terhadap 15 responden target audiens beserta revisi yang dilakukan, *technical drawing* sebagai acuan konstruksi kemasan, serta *final artwork* yang menampilkan desain akhir kemasan. Selanjutnya, dijelaskan pula media pendukung yang dirancang, yaitu *thank you card*, *instruction care card*, dan *sticker*, serta pertimbangan produksi yang meliputi pemilihan material, teknik cetak, *finishing*, dan estimasi biaya produksi untuk kemasan utama maupun media pendukungnya.



BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil perancangan kemasan khusus untuk produk aksesoris Tabbyna yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, mencakup pencapaian tujuan perancangan dalam menghadirkan kemasan yang mampu memberikan nilai tambah dan pengalaman berkesan bagi konsumen. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan baik bagi brand Tabbyna dalam pengembangan kemasan ke depannya, maupun bagi penulis atau mahasiswa lain yang akan melakukan perancangan serupa, sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk penyempurnaan hasil perancangan di masa mendatang.

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB V

PENUTUP

4.5 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan, pembahasan, serta pengujian yang telah dilakukan terhadap kemasan *gift* untuk *brand* Tabbyna, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Kemasan hadiah (*gift packaging*) terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai estetika produk aksesoris Tabbyna. Melalui penerapan elemen desain berupa kombinasi tipografi *script* dan sans-serif, palet warna pink, hijau, khaki, dan beige dengan gradasi lembut, serta ilustrasi bunga, pita, kristal, dan efek *sparkle*, kemasan mampu menghadirkan tampilan visual yang lebih menarik, estetik, dan layak dijadikan hadiah dibandingkan kemasan sederhana berbahan *paper* yang sebelumnya digunakan Tabbyna. Hal ini diperkuat oleh hasil pengujian terhadap 15 responden target audiens yang menyatakan bahwa kemasan dinilai menarik, estetik, memiliki desain yang unik, serta lebih dipilih dibandingkan kemasan kado pada umumnya saat digunakan untuk membeli hadiah. Struktur kemasan dengan handle terintegrasi, sistem kunci *flip lock* berbentuk bunga, serta *holder* aksesoris turut mendukung fungsi perlindungan produk sekaligus memperkaya pengalaman *unboxing* konsumen.
2. Proses perancangan kemasan *gift* Tabbyna dilakukan melalui pendekatan *design thinking* yang terdiri atas lima tahap, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Pada tahap *Empathize*, dilakukan penggalan data melalui studi literatur, wawancara dengan pemilik *brand*, serta kuesioner kepada target audiens untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan persepsi konsumen terhadap kemasan hadiah aksesoris. Data tersebut kemudian diolah pada tahap *Define* guna merumuskan permasalahan inti serta arah konsep desain yang sesuai dengan karakter Tabbyna. Selanjutnya, pada tahap *Ideate*, dilakukan proses brainstorming melalui mind mapping dan *moodboard* yang menghasilkan empat kata kunci utama, yaitu feminin, *classy*, estetik, dan *handmade*, yang kemudian dikembangkan melalui sketsa manual hingga



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

digitalisasi desain. Konsep terpilih diwujudkan pada tahap *Prototype* dalam bentuk dummy kemasan, lalu diuji langsung kepada target audiens pada tahap Test untuk memperoleh masukan sebagai dasar penyempurnaan desain akhir (*Final Artwork*). Melalui rangkaian tahapan tersebut, kemasan *gift* Tabbyna berhasil merepresentasikan identitas merek sebagai *brand* feminim dengan sentuhan *classy*. Kesan feminin dihadirkan melalui pemilihan palet warna pink yang dipadukan dengan hijau, khaki, dan beige dalam gradasi lembut, serta ilustrasi bunga daisy, tulip, dan lotus, motif pita, kristal, dan efek *sparkle* yang identik dengan karakter lembut dan anggun. Sementara itu, kesan *classy* dihadirkan melalui elemen garis *braided cord* yang minimalis, tata letak yang simetris dan terstruktur, penggunaan tipografi *script* pada *tagline* dan nama *brand* yang memberi kesan elegan dan personal, serta pemilihan warna yang tidak berlebihan sehingga tampilan kemasan tetap terlihat rapi dan premium. *Detail* personal seperti tulisan pada *holder* turut memperkuat karakter feminim sekaligus kesan mewah khas *classy*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap elemen visual dan struktural pada kemasan *gift* Tabbyna, baik pada *box* utama maupun *holder*, telah dirancang secara konsisten melalui proses *design thinking* untuk membangun citra *brand* yang estetik, feminin, dan *classy*, sekaligus memperkuat diferensiasi Tabbyna sebagai *brand* aksesoris *handmade* di pasar.

4.6 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian ini masih berfokus pada aspek perancangan visual dan struktural kemasan *gift* Tabbyna, sedangkan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen secara kuantitatif belum dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh *special packaging* terhadap keputusan pembelian, khususnya untuk mengukur seberapa besar kesediaan konsumen (*willingness to pay*) dalam mengeluarkan biaya tambahan demi mendapatkan kemasan hadiah 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

memiliki nilai estetika dan pengalaman *unboxing* yang lebih baik. Kajian tersebut dapat dilakukan melalui pendekatan kuantitatif, misalnya dengan menyebarkan kuesioner berskala kepada konsumen aksesoris untuk membandingkan preferensi dan minat beli antara produk yang dikemas menggunakan *special packaging* dengan produk yang dikemas menggunakan kemasan standar. Selain itu, dapat pula digunakan metode eksperimen sederhana atau simulasi harga (*price sensitivity analysis*) untuk mengetahui ambang batas nilai tambah yang bersedia dibayarkan konsumen akibat adanya kemasan hadiah yang lebih estetik. Variabel lain seperti segmentasi usia, tingkat pendapatan, serta *occasion* pembelian (misalnya untuk hadiah pribadi, korporat, atau momen khusus) juga dapat disertakan agar hasil penelitian lebih komprehensif. Hasil dari kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai kontribusi kemasan hadiah terhadap nilai jual produk aksesoris, sekaligus menjadi dasar pertimbangan strategis bagi *brand* Tabbyna maupun pelaku usaha aksesoris lain dalam menentukan kelayakan investasi pengembangan *special packaging*, sehingga keputusan produksi kemasan tidak hanya didasarkan pada aspek estetika, tetapi juga pada aspek keekonomian dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan.

2. Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan desain kemasan *gift* Tabbyna secara lebih komprehensif, tidak hanya dari aspek struktur, tetapi juga dari pengalaman pengguna (*user experience*) dan pengalaman *unboxing*. Pengembangan tersebut dapat dilakukan melalui penyempurnaan mekanisme pembukaan kemasan agar lebih intuitif dengan penambahan penanda visual yang lebih jelas, penyempurnaan struktur *holder* aksesoris agar lebih stabil selama penyimpanan dan distribusi, serta eksplorasi elemen-elemen yang mampu menciptakan pengalaman membuka kemasan yang lebih menarik, berkesan, dan selaras dengan citra *brand* Tabbyna. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas pengujian kepada responden dengan karakteristik yang lebih beragam sehingga hasil evaluasi menjadi lebih representatif. Dari sisi produksi, eksplorasi terhadap alternatif material yang lebih ramah



© 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

lingkungan, pengembangan konsep sustainable packaging, serta penerapan desain yang mempertimbangkan efisiensi produksi dalam skala yang lebih besar juga perlu dilakukan agar kemasan tetap kompetitif, relevan dengan perkembangan tren kemasan hadiah, dan mampu mempertahankan konsistensi identitas visual Tabbyna.





Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. D. (2024). Perancangan Desain Kemasan UMKM Nusapad (Nusantara Desk Pad) dalam Membentuk Citra Produk. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i2.161>
- Amri, L. H. A., Muchtar, E., & Pradipta, I. Z. (2021). Accordance of the Quality of 250 Gram Ivory Carton Packing Based on Indonesian National Standard (SNI) Duplex Carton. *KREATOR*, 2(1). <https://doi.org/10.46961/kreator.v3i2.295>
- Anasrulloh, M. (2018). *Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7nbkr>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Penerbit PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/6/>
- Anggarini, A. (2023). *Buku Metodologi Desain*. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/BUKUMETODOLOGIDESAIN/#page=38>
- Ash-Shiddiqi, H., Sinaga, R. W., & Audina, N. C. (2025). *Kajian Teoritis: Analisis Data Kualitatif*.
- Ayu, T. B., & Wijaya, N. (2023). Penerapan Metode *Design thinking* pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android. *MDP Student Conference*, 2(1), 68–75. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i1.4065>
- Azzahra, O. N. (2024). *Designing a Product Package of Accessories and Handicrafts "GWIYOMI_GIFT."*
- Bahrudin, M. (2019). *Pengaruh Jenis Binder terhadap Sifat Fisik Kertas Art Paper*.
- Bangun, D. A. (2023). *Buku Dasar-dasar Desain Grafis 2023*. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#page=11&zoom=true>
- Chapman, C. (2018, December 13). *The Principles of Design (With Infographic) | Toptal®*. Toptal Design Blog. <https://www.toptal.com/designers/ui/principles-of-design>
- Cosgrove, J. (2023, June 14). 3 Co-Branded Beverage Packaging Designs with Shelf Impact. *Packaging Digest*. https://www.packagingdigest.com/beverage-packaging/3-co-branded-beverage-packaging-designs-with-shelf-impact/?utm_source=chatgpt.com



Hak Cipta :

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

- Daggar, J. (2022, April 10). *Packaging Colour Psychology—How It Affects Your Success* | GWP Group. <https://www.gwp.co.uk/guides/packaging-colour-psychology/>
- Dam, R. F. (2025, July 18). *The 5 Stages in the Design thinking Process*. The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2020, September 9). *Stage 4 in the Design thinking Process: Prototype*. The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-4-in-the-design-thinking-process-prototype>
- De Paula, D., Dobrigkeit, F., & Cormican, K. (2019). Doing it Right—Critical Success Factors for *Design thinking* Implementation. *Proceedings of the Design Society: International Conference on Engineering Design*, 1(1), 3851–3860. <https://doi.org/10.1017/dsi.2019.392>
- demko, helen. (2026, February 27). *Tulips: Color Meanings, Symbolism & Flower History* | Flowers Valley. Flowers Valley Shop. <https://flowersvalley.com/blogs/news/tulips-meaning-history-what-their-colors-say>
- Dettori, A. (2019, September 30). What's the difference between serif and sans serif typefaces? *Post Pre-Press Group*. <https://www.postprepress.com.au/whats-the-difference-between-serif-and-sans-serif-typefaces/>
- Dörnyei, K. R. (2020). Limited edition packaging: Objectives, implementations and related marketing mix decisions of a scarcity product tactic. *Journal of Consumer Marketing*, 37(6), 617–627. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2019-3105>
- Dörnyei, K. R., & Lunardo, R. (2021). When limited edition packages backfire: The role of emotional value, typicality and need for uniqueness. *Journal of Business Research*, 137, 233–243. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.037>
- Dunlap, S. (2025, January 20). A Comprehensive Guide to Folding Carton Packaging and Popular Styles. *PakFactory*. https://pakfactory.com/blog/a-guide-to-different-types-of-folding-carton-box-styles/#elementor-toc__heading-anchor-3
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>



Hak Cipta :

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

- Fahrurrozi, M., Iswahyudi, M., & Pradana, D. A. (2024). *Transformasi Model Bisnis pada Industri Kreatif: Studi Kasus Singayu Handmade Jewelry melalui Pendekatan Business Model Canvas*. 12(1).
- Fidiana, F., Retnani, E. D., Widyawati, D., Rochdianingrum, W. A., & Mustika, H. (2024). Pelatihan Brand Awareness Bagi Pelaku UMKM Handycraft, Kecamatan Sukolilo. *SHARE "SHaring - Action - REflection,"* 10(1), 9–16. <https://doi.org/10.9744/share.10.1.9-16>
- Fitas, R., Schaffrath, H. J., & Schabel, S. (2023). A Review of Optimization for Corrugated Boards. *Sustainability*, 15(21), 15588. <https://doi.org/10.3390/su152115588>
- Fuady, Moh. F. (2017). Pergeseran Makna Warna Pink dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. *Jurnal Desain Interior*, 2(2), 97. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v2i2.3546>
- Greasley, S. (2018, June 3). The Differences Between Folding Cartons and Rigid Boxes (Set-Up Boxes). *How to Buy Packaging*. https://www.howtobuypackaging.com/the-differences-between-folding-cartons-and-rigid-boxes/?utm_source=chatgpt.com
- Gurning, L. R. (2023). Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan Penjualan. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 7(02), 1101–1111. <https://doi.org/10.61344/magenta.v7i02.106>
- Johny, S. R. N.-N., Julianto, I. N. L., & Artawan, C. A. (2024). *Perancangan Desain Kemasan Hampers Natal Perusahaan Derlowen ID guna Meningkatkan Daya Tarik Produk*.
- Karamah, A. M. (2020). *Bunga sebagai Representasi Suasana Hati Wanita*.
- Karlsen, K. (2024, April 18). Ophelia's Garden & Gatsby's Daisy: Floriography in Literature. *Hillsdale Forum*. <https://hillsdaleforum.com/2024/04/18/ophelias-garden-gatsbys-daisy-floriography-in-literature/>
- Linssen, G. (2024, November 22). 11 types of folding carton packaging. *Locked4Kids*. <https://www.locked4kids.com/blog/folding-carton-packaging-types>
- Liu, S.-F., & Hong, M. (2023). *A Comprehensive Evaluation of Gift Packaging*. 14th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2023). <https://doi.org/10.54941/ahfe1003235>
- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Badan Penerbit ISI Yogyakarta.



Hak Cipta :

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

- Mason, D. (2025, September 23). Seasonal packaging: The 7 do's and don'ts for success [GWP Packaging Blog / Guides]. GWP Group. https://www.gwp.co.uk/guides/successful-seasonal-packaging/?utm_source=chatgpt.com
- Mile, J. (2024, August 18). The Rise of Paper Tube Packaging: A Sustainable and Innovative Solution. *Abilogic*. <https://articles.abilogic.com/682595/rise-paper-tube-packaging-sustainable.html>
- Modeong, M. (2025). *Desain Grafis*. Tahta Media Group. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/1660/1641>
- Mufida, A., Novi Puspitasari, Khanifatul Khusna, & Imam Suroso. (2024). Pendampingan Pembelajaran Metode Penelitian Gabungan (Mixed Method) di IAIS Lumajang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 3(1), 53–69. <https://doi.org/10.54099/jpma.v3i1.871>
- Neacsu, N. A. (2025). The Role of Packaging in Brand Attachment. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 19–28. <https://doi.org/10.31926/but.es.2025.18.67.1.2>
- Nugraha, F. A. (2026). *Tipografi dan Branding dalam Komunikasi Visual*. 1(2).
- Nugraha, M., . P., & Zahra, N. N. (2021). Analysis of Duplex Cartons Quality Available in the Market. *KREATOR*, 4(2). <https://doi.org/10.46961/kreator.v4i2.312>
- Nugroho, D. A. (2025). The Role of Color and Packaging Shape on Consumer Emotional Responses: A Neuromarketing Study With Eeg. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 5(3), 3319–3325. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i3.50961>
- Oladumiye, E. B. (2018). Graphic Design Theory Research and Application in Packaging Technology. *Art and Design Review*, 06(01), 29–42. <https://doi.org/10.4236/adr.2018.61003>
- Olesen, J. (2025). *Color Meanings – Discover the Power and Symbolism Behind Every Hue*. Color Meanings. <https://www.color-meanings.com/>
- Paksi, & Nur, D. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Parassih, E. K., & Susanto, E. H. (2021). Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) terhadap Purchase Intentions Produk Makanan dan Minuman dalam Kemasan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 66. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10451>



Hak Cipta :

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

- Patterson, L. (2021, November 29). *7 Types of Folding Cartons*. https://www-stark-com.translate.google/blog/7-types-of-folding-cartons?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Pattiasina, M. J., Mahanangingtyas, E., & Ritauw, L. (2025). *PENERAPAN MODEL DESIGN THINKING PADA PEMBELAJARAN IPS TERHADAPA HASIL BELAJAR SISWA KELAS IV SD NEGERI 1 POKA*. 10.
- Pratama, D. A., Samanhudi, D., & Suryadi, A. (2020). *Analisa positioning lipstick merek W, R, MA, ME dan LA berdasarkan persepsi konsumen dengan metode multidimensional scaling*. 01(02).
- Pravitasari, I. S., Pandanwangi, B., & Laksani, H. (2023). *Komodifikasi Perempuan Pada Desain Kemasan, Studi Kasus Teh Tubruk*. 4.
- Rachtanapun, P., Boonyawan, D., Auras, R. A., & Kasi, G. (2022). Effect of Water-Resistant Properties of Kraft Paper (KP) Using Sulfur Hexafluoride (SF6) Plasma Coating. *Polymers*, 14(18), 3796. <https://doi.org/10.3390/polym14183796>
- Rahmayanti, H., Fatiatun, F., Utami, F., Irwan, I., Sulistiyono, N., & Latuheru, P. (2022). Characterization Physical, Chemical, Mechanical And Optical Properties of Paper on the Market for Dry Food Packaging Applications. *Proceedings of the First Jakarta International Conference on Multidisciplinary Studies Towards Creative Industries, JICOMS 2022, 16 November 2022, Jakarta, Indonesia*. Proceedings of the First Jakarta International Conference on Multidisciplinary Studies Towards Creative Industries, JICOMS 2022, 16 November 2022, Jakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.16-11-2022.2326149>
- Rajata, I. (2025, December 29). *Bisnis Aksesori dan Hadiah Handmade: Menyasar Pasar yang Ingin Unik di Momen Spesial*. <https://fkipumwsulteng.ac.id/bisnis-aksesori-dan-hadiah-handmade-menyasar-pasar-yang-ingin-unik-di-momen-spesial/>
- Ramadhanti, D., & Mana, L. A. (2018). Comparison of Brainstorming and Mind Mapping Techniques in Argumentation Writing Learning. *Curricula*, 3(3). <https://doi.org/10.22216/jcc.2018.v3i3.2024>
- Rizianiza, I., Mungil, D., & Idhil, A. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144–152. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.14505>
- Rohde, E. (2020, July 6). Folding Carton Styles—The Standard Box Types Explained. *Ybsspackaging*. <https://www.ybsspackaging.com/blog/folding-carton-styles-the-standard-box-types-explained>



Hak Cipta :

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

- rooland. (2019, November 14). What is Eco-Friendly Packaging? (And Why It's Important for Your Sales). *Rooland*. <https://www.rooland.com/what-is-eco-friendly-packaging/>
- Sankrani, S. (2024, May 22). Boost Your Brand with Innovative Sleeve Packaging Design. *The Design People*. https://thedesignpeople.in/innovative-sleeve-packaging-design/?utm_source=chatgpt.com
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan *Design thinking* dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). *Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan*. 22.
- Segarwati, Y., Naina, S., & Suyatna, R. G. (n.d.). *Strategi pemasaran melalui media sosial instagram dalam upaya meningkatkan branding produk pada produsen aksesoris Beads*. Bylly Kota Serang.
- Seiberlich, H. (2025, June 4). Eco-Friendly Packaging: What It Is, Why It Matters, and How to Get Started. *Meyers*. <https://meyers.com/meyers-blog/sustainable-brand-packaging-statistics-why-eco-friendly-packaging-matters/>
- Shao, Z., & Ngai, C. S. (2023). Why and How Effective Brand Logo Contributes to Marketing? *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 13(1), 17–22. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/13/20230661>
- Shepherd, S., & Fitzsimons, G. J. (2020). Special edition packaging and its negative effects on search and the shopping experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(2), 156–172. <https://doi.org/10.1080/10696679.2019.1704631>
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02). <https://doi.org/10.25134/empowerment.v2i02.2105>
- Svaiko, G. (2023, January 12). Font Psychology: Here's Everything You Need to Know About Fonts. *Designmodo*. <https://designmodo.com/font-psychology/>
- Syafri, M., Shobirin, M. S., Ekowati, D., & Maghfirah, N. (2023). The Impact of Creative Industries on Economic Growth: Case Studies in Developing Countries in Malaysia and Indonesia. *West Science Journal Economic and*



Hak Cipta :

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

- Entrepreneurship*, 1(10), 271–278.
<https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i10.295>
- Umer Hameed. (2023). *Principles of Design*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32698.16326>
- Valentino, D. Ek. (2019). Pengantar Tipografi. *TEMATIK*, 6(2), 152–173.
<https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>
- Viani, F., & Prihatin, P. T. (2024). Adaptasi Bunga Narcissus pada Busana Kreasi. *Action Research Literate*, 8(3), 561–568.
<https://doi.org/10.46799/ar1.v8i3.328>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.
<https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Weavabel. (2020, October). *What are the Benefits of Eco-Friendly Packaging?* | Weavabel. <https://www.weavabel.com/blog/what-are-the-benefits-of-eco-friendly-packaging>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “MAS PACK” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2).
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Widyanata, E. (2021). Analisis Penerapan Sudut Raster Flexography Pada Teknik Cetak Offset Terhadap Nilai ΔE Overprint. *KREATOR*, 4(2).
<https://doi.org/10.46961/kreator.v4i2.370>
- Wiradarmo, A. A. (2025). *Sejarah dan Evaluasi Design thinking sebagai Metodologi Penelitian Desain Produk*. 07.
- Yanthi, K. A. E. B., Ika, I. W. B., YupardhiHendrawa, T. H., & Pradnyaswari, I. A. K. A. (2025). *Aplikasi Konsep Aphrodite dan Gaya Subtle Luxe pada Desain Interior Komersial Klinik Kecantikan WG*. 5.
<https://doi.org/10.59997/vastukara.v5i2.4775>
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zhang, X. (2022). *The Application of Folding Structure in Paper Packaging Design*: 2021 Conference on Art and Design: Inheritance and Innovation (ADII 2021). <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220205.046>



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara

Nada: Hai kak Shafa perkenalkan aku nada dari Politeknik Negeri Jakarta, izin untuk wawancara ya kak, sama ambil foto buat dokumentasi

Shafa: Iya, nggak apa-apa.

Nada: Boleh kenalan dulu, Kak. Namanya siapa dan umurnya berapa?

Shafa: Nama aku Shafa, umur 24 tahun. Tabbyna sendiri sebenarnya sudah berdiri sejak 2021, tapi awalnya fokus online. Untuk offline, aku baru aktif sekitar tujuh bulan terakhir, mulai Mei kemarin.

Nada: Selain aksesoris, Kak Shafa jual produk apa lagi di Tabbyna?

Shafa: Kita fokus ke produk lokal. Selain aksesoris, kita juga jual tas, *handmade* rajut, keychain, dan beberapa produk lain. Untuk aksesoris sendiri ada gelang, cincin, dan juga parfum lokal.

Nada: Berarti semua produknya dari *brand* lokal ya, Kak?

Shafa: Iya, semuanya lokal. Ada yang kita produksi sendiri, ada juga yang sistem titip jual dari supplier lokal. Jadi sekalian bantu memperluas pasar produk lokal juga.

Nada: Kalau produk yang paling banyak diminati di Tabbyna apa, Kak?

Shafa: Yang paling laku itu gelang, aksesoris, dan cincin.

Nada: Selama offline ini, ada momen penjualan paling tinggi nggak?

Shafa: Alhamdulillah ada. Biasanya penjualan paling besar itu pas weekend, terutama waktu ikut event Bogor Suka-Suka di Surya Kencana. Waktu itu jalannya ditutup dan fokus ke produk lokal.

Nada: Kalau penjualan ke luar negeri sudah pernah?

Shafa: Belum, semoga ke depannya bisa, amin.

Nada: Selain di Bogor, pernah ikut event di mana lagi, Kak?

Shafa: Di Bogor sudah sering, terus pernah juga di UI, seperti acara makrab dan beberapa event fakultas budaya.

Nada: Kalau dari awal berdirinya Tabbyna sendiri, inspirasi *brand*-nya dari mana?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Shafa: Awalnya aku jual tas anyaman. Bahannya dari plastik, bukan bambu atau kayu, karena kalau bambu suka jamur. Plastik lebih tahan lama dan bisa dipakai jangka panjang. Tapi lama-lama penjualan tas menurun, jadi aku harus muter otak.

Nada: Terus akhirnya beralih ke aksesoris ya, Kak?

Shafa: Iya. Aku sempat ke Jogja dan Solo. Di Solo itu tiap weekend ada Sunday Market dan Solo-i-Solo, jualan aksesoris sepanjang jalan. Dari situ aku dapat inspirasi besar.

Nada: Kalau kompetitor di daerah sini gimana, Kak?

Shafa: Kompetitor banyak, tapi yang offline masih jarang.

Nada: Keunggulan Tabbyna dibanding *brand* lain apa, Kak?

Shafa: Kita selalu punya produk baru setiap minggu. Selain itu, ada limited edition yang nggak ada di Shopee atau di tempat lain. Jadi kita janji ke customer, setiap minggu pasti ada yang baru.

Nada: Untuk kemasan produk, biasanya ukurannya berapa?

Shafa: Biasanya 10×7 cm. Kita nggak mau terlalu besar karena aksesoris kecil dan biar nggak wasting.

Nada: Kalau budget kemasan per item biasanya berapa, Kak?

Shafa: Untuk kemasan biasa sekitar Rp700–Rp900. Kalau kemasan *gift* sekitar Rp5.000, tapi itu biasanya beli jadi dari Shopee.

Nada: Kalau nanti dibuat kemasan baru, Kakak maunya ukurannya mengikuti yang lama atau bebas?

Shafa: Aku fleksibel, ngikutin kamu aja.

Nada: Kalau kemasan *gift* biasanya lebih besar ya?

Shafa: Iya, karena di dalamnya ada busa atau bantal buat kalung dan gelang.

Nada: Ada elemen khusus yang Kakak pengen masuk ke kemasan?

Shafa: Aku terbuka banget kalau ada unsur lokal. Bisa tradisional tapi tetap girly. Soalnya aku juga terbatas di desain.

Nada: Kalau warna, Kakak prefer apa?

Shafa: Aku suka warna earthy kayak warna kayu muda kayak Khaki . Kalau feminim, pink atau pastel juga boleh.

Nada: Kalau tambahan seperti greeting card?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Shafa: Boleh banget. Apalagi sekarang kita pakai batu alam asli, jadi bisa ditambah informasi tentang jenis batunya.

Nada: Untuk finishing kemasan, lebih suka glossy atau *doff*?

Shafa: Aku lebih suka *doff*.

Nada: Kalau logo, Kakak lebih suka tipe teks atau simbol?

Shafa: Aku lebih suka logotype, teks aja.

Nada: Oke, nanti aku coba bantu rancang ya, Kak.

Shafa: Siap, makasih banyak ya.

Wawancara Testing

1. Angel,
23 tahun

Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah digunakan?

A: Mudah dibuka, tutupnya juga mudah.

Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat membawa produk? A: Nyaman, dipegang pakai dua jari.

Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris? A: Sudah sesuai, apalagi untuk gelang. Kalau kalung agak terlipat.

Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah.

Q: Apakah struktur kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya dan terasa kokoh? A: Kuat, walau dibanting juga aman. Tapi bagian pegangannya agak susah dan kurang instruksi, misalnya perlu ditambahkan petunjuk seperti "slide down".

Q: Apakah unsur visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah menciptakan tampilan menarik dan meningkatkan nilai estetika?

A: Sudah sesuai, tampilannya cute dan melambungkan produk aksesoris. Menarik dan estetik.

Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Desainnya.

Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan kemasan lain? A: Sudah, kelihatan lucu.

Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial.

Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih memilih kemasan seperti ini atau kemasan *paper* biasa? A: Lebih memilih kemasan seperti ini.

Q: Apakah kemasan sudah mencerminkan kesan feminin dan *classy*? A: Sudah.

Hak Cipta :

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

		Q: Apakah logo mudah dibaca? A: Mudah dibaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya sudah lucu, imut, manis, dan terasa sangat feminin. Mudah dibuka. Kekurangannya di bagian pegangan, agak susah dan gampang lepas. Q: Ada saran? A: Mungkin pegangannya bisa diganti model jepitan seperti jepitan baju supaya lebih kuat dan tidak gampang lepas, meskipun ada kekhawatiran bagian itu jadi mudah sobek karena lemahnya.
2.	Dea, 21 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah digunakan? A: Mudah sekali. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat membawa produk? A: Agak kekecilan bagian lubang pegangannya. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris (gelang, kalung, cincin)? A: Sudah cocok dan pas. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya dan terasa kokoh? A: Kokoh banget, terasa aman. Q: Apakah dari sisi visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah menarik dan estetik? A: Sudah, lucu banget warnanya pink, dan tone warnanya serasi. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Sangat spesial, terutama untuk sahabat atau pasangan. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan seperti ini. Q: Apakah kemasan sudah mencerminkan kesan feminin dan <i>classy</i>? A: Sudah, feminin banget karena ada pita, hiasan berlian, dan bunga, ditambah warna pink. Q: Apakah logo mudah dibaca dan dikenali? A: Mudah dibaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kekurangannya pegangan hanya muat tiga jari, jadi kurang nyaman untuk jari kelingking. Kelebihannya warnanya satu tone dan sangat menarik perhatian. Q: Ada saran? A: Bagian pegangan bisa dilebarkan supaya semua jari muat dengan nyaman.
3.	Irma, 23 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah digunakan? A: Agak susah. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat dibawa? A: Kurang, ukurannya kurang besar.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris yang dikemas? A: Sudah sesuai. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya? A: Kokoh. Q: Apakah dari sisi visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah menciptakan tampilan menarik? A: Menarik banget. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bentuknya. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Sebenarnya sudah cukup, tapi khawatir kalau kena basah. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Iya. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan seperti ini. Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> yang feminin? A: Sudah, feminin banget. Q: Apakah logo dan identitas merek mudah dikenali? A: Mudah dibaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya warna lucu dan bentuknya belum pernah dilihat di packaging lain, serta ukurannya pas untuk aksesoris. Kekurangannya di bagian pegangan yang kurang nyaman dipegang, kurang ada tanda petunjuk, dan bentuknya yang cenderung "tidur" jadi berisiko terguling kalau diletakkan. Q: Ada saran? A: Tidak ada tambahan saran lain, karena secara keseluruhan sudah dianggap cukup baik.
4. Kalika, 22 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali? A: Sudah mudah. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan? A: Nyaman, pas digenggam. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris (gelang)? A: Cukup, karena tidak memakan banyak ruang. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya? A: Cukup, kertasnya kuat dan keras. Q: Apakah dari sisi visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah estetik? A: Sudah, terlihat girly dan cocok untuk perempuan. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Warna dan desain packaging-nya.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Sudah layak dan bagus. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial, karena tidak hanya menggunakan plastik biasa. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih tertarik pakai kemasan ini karena tampilannya bagus. Q: Apakah kemasan sudah mencerminkan kesan feminin dan <i>classy</i>? A: Sudah, dari segi warna pink-nya. Q: Apakah logo mudah dikenali? A: Sudah, mudah dibaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya fungsional, mudah digenggam, mudah diambil dan dipasang kembali. Kekurangannya bagian atas agak susah dibuka karena kurang ada petunjuk pembuka. Q: Ada saran? A: Bagian bukaan bisa dibuat lebih terlihat jelas, misalnya diberi petunjuk arah membukanya.
5. Keysha, 21 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Awalnya tidak, karena dikira harus ditarik, ternyata mekanismenya digeser (slide down) dan itu tidak langsung terlihat jelas. Q: Apakah kemasan mudah ditutup kembali setelah dibuka? A: Setelah tahu caranya, jadi mudah. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat membawa produk? A: Nyaman. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai dengan produk aksesoris yang dikemas? A: Cukup sesuai. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah struktur kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya dan terasa kokoh? A: Kuat dan kokoh. Q: Apakah bentuk kemasan mampu menjaga produk tetap aman selama proses penyimpanan dan pemberian hadiah? A: Aman, meski dibawa bergerak-gerak sekalipun. Q: Apakah unsur visual (warna, ilustrasi, elemen) mampu menciptakan tampilan menarik dan meningkatkan nilai estetika? A: Estetik. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bentuk kemasannya yang unik, belum pernah melihat yang serupa sebelumnya. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Sudah bagus, cocok untuk kado tanpa perlu tambahan apa pun. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial banget.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah lebih tertarik membeli produk aksesoris dengan kemasan seperti ini dibanding kemasan <i>paper</i>? A: Kalau untuk memberi hadiah, lebih memilih kemasan seperti ini. Tapi kalau untuk pemakaian sendiri, lebih memilih kemasan biasa karena lebih murah. Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> yang feminin dan crafty? A: Kurang terlihat sebagai kemasan aksesoris — bentuknya justru lebih mirip kemasan mainan. Tidak ada keterangan yang menjelaskan bahwa isinya adalah aksesoris, sehingga kesannya seperti "<i>blind box</i>" yang isinya tidak diketahui. Q: Apakah logo mudah dikenali? A: Kurang, karena nama <i>brand</i>-nya sendiri belum tentu langsung dikenali sebagai <i>brand</i> aksesoris. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya struktur kemasan bagus dan kokoh, serta desainnya menarik. Kekurangannya belum ada keterangan tulisan yang menegaskan bahwa produk ini adalah aksesoris/perhiasan. Q: Ada saran? A: Perlu ditambahkan keterangan tulisan yang menjelaskan kategori produk (aksesoris), dan diberi instruksi cara membuka kemasan (misalnya tanda "<i>slide down</i>") supaya pengguna tahu caranya tanpa perlu memaksa.
6. Naila, 20 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Mudah, langsung mengerti caranya. Q: Apakah kemasan mudah ditutup kembali setelah dibuka? A: Agak susah menutupnya kembali di bagian tertentu. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan? A: Nyaman untuk dipegang, tapi terasa agak terlalu kecil ukurannya. Untuk aksesoris ukuran ini sudah cukup baik. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris? A: Sudah sesuai. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah struktur kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya? A: Kuat, tidak rusak meskipun dijatuhkan. Q: Apakah kemasan terasa kokoh saat dibawa? A: Kokoh. Q: Apakah bentuk kemasan mampu menjaga produk tetap aman selama proses penyimpanan dan pemberian hadiah? A: Tetap bagus, karena bentuknya stabil dan tidak mudah rusak. Q: Apakah unsur visual (warna, ilustrasi, elemen) mampu menciptakan tampilan menarik dan meningkatkan nilai estetika? A: Bentuknya lucu, cocok untuk kado. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bagian desain utamanya. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Menurutnya masih

Hak Cipta :

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

	terlalu simpel, apalagi untuk hadiah ke orang yang spesial biasanya kemasannya lebih dari ini. Tapi secara desain sudah oke, hanya strukturnya dirasa kurang. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan ini karena lebih menarik. Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> yang feminin dan <i>classy</i>? A: Lebih terasa feminin dibanding <i>classy</i>. Kesan yang muncul justru lebih seperti kemasan makanan (mochi) daripada aksesoris, meskipun secara keseluruhan tetap dianggap menarik. Q: Apakah logo mudah dikenali? A: Mudah, karena <i>font</i>-nya khas dan berbeda dari yang lain. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya terlihat premium, walau masih ada ruang untuk ditingkatkan lagi agar kesan premiumnya lebih kuat. Q: Ada saran? A: Desain secara keseluruhan sudah bagus, terutama pemilihan kertas yang tidak terlalu glossy sehingga terasa lebih netral dan enak dilihat.
7. Shabrina, 21 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah dibuka? A: Gampang dibuka, tapi agak khawatir isinya jatuh. Q: Apakah kemasan nyaman digunakan saat dibawa? A: Nyaman dan aman dibawa. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris? A: Sudah sesuai, meskipun ada baiknya disediakan juga ukuran yang lebih kecil. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Cukup mudah, sedikit agak susah di awal. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya? A: Kuat banget dan menjaga produk dengan baik. Q: Apakah dari sisi visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah estetik? A: Sudah estetik banget, bagus. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bentuknya, terasa unik dan jarang ditemui pada packaging lain. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Layak banget, sudah cukup. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan biasa? A: Lebih memilih kemasan seperti ini. Q: Apakah kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> yang feminin? A: Feminin.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah logo mudah dibaca? A: Bisa dibaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Hampir tidak ada kekurangan berarti, hanya kurang ada instruksi cara membuka. Q: Ada saran? A: Mungkin bisa ditambahkan pita sebagai elemen tambahan.
8&9. Lamya dan Sekar, 21 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah dibuka? A: Membuka dan menutupnya sama-sama mudah, tapi bagian dalamnya kurang ada penanda posisi, jadi agak membingungkan di mana produk seharusnya dimasukkan. Perlu dibedakan warnanya atau diberi tanda supaya lebih jelas. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat dibawa? A: Cukup nyaman, tapi karena pegangannya ada dua handle yang hanya muat untuk dua tangan, jadi terasa agak kurang biasa. Idealnya bentuk pegangan dibuat lebih mengikuti kenyamanan genggam. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai dengan produk aksesoris yang dikemas? A: Sudah sesuai, walaupun posisi bagian dalam (notch) idealnya dibuat lebih tinggi agar produk tidak terlalu masuk ke dalam dan terlihat lebih seperti display. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya dan terasa kokoh saat dibawa? A: Kokoh dan aman meskipun digunakan aktif, hanya saja untuk dibawa di dalam tas kurang ideal karena dirancang untuk dipegang menggunakan handle, bukan dimasukkan tas. Bisa dipertimbangkan tambahan busa sebagai pelindung karena isinya termasuk perhiasan. Q: Apakah unsur visual (warna, ilustrasi, elemen) mampu menciptakan tampilan menarik dan meningkatkan nilai estetika? A: Ada bagian yang membuat perhatian jadi terpecah antara elemen luar dan bagian dalam kemasan, sehingga disarankan salah satu difokuskan atau dibuat lebih sederhana. Secara desain sudah cukup jelas mencerminkan identitas <i>brand</i> yang feminin dan elegan. Target audiensnya dirasa sesuai untuk rentang usia sekitar 17–30 tahun, meski desainnya terasa sedikit lebih muda dari usia atas rentang tersebut. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bagian tengah kemasan yang membuat penasaran akan isinya, serta bentuknya yang unik dan perlu dilihat dari berbagai sisi. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain (seperti <i>paper bag</i>)? A: Sudah cukup layak, bahkan dirasa terlalu bagus jika hanya digunakan untuk produk sehari-hari biasa — lebih cocok difungsikan khusus sebagai kemasan hadiah, apalagi jika ditambahkan pita.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Spesial, meskipun juga dirasa agak seperti gimmick. Q: Apakah jika membeli produk sebagai hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan seperti ini, terutama karena <i>brand</i> ini mengusung konsep ramah lingkungan (menggunakan kertas, bukan plastik) sehingga kemasan ini dirasa cocok, terutama untuk hadiah kepada orang terdekat. Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> sebagai aksesoris yang feminin dan klasik? A: Sudah terasa feminin, tapi sisi klasiknya dirasa belum sepenuhnya terlihat (diperkirakan baru sekitar 65%). Elemen wavy dan framing pada desain dirasa masih bisa dirapikan lagi, ada bagian yang terlalu penuh sehingga bisa dikurangi supaya lebih rapi. Q: Apakah logo mudah dikenali dan dibaca? A: Dari jarak dekat agak sedikit membingungkan karena posisi elemen bunga berdekatan dengan logo, sehingga disarankan logo dan elemen bunga dipisahkan agar lebih jelas terbaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Materialnya masih dirasa kurang tebal (sekitar 250 gsm, idealnya 300 gsm) sehingga masih ada keraguan soal ketahanannya. Untuk kotak hadiah, material bisa dipertebal lagi. Permainan tekstur kertas (seperti <i>jasmine paper</i> dengan efek glitter halus) dianggap ide menarik untuk meningkatkan kesan <i>classy</i>. Q: Ada saran? A: Menambahkan tekstur kertas seperti <i>jasmine paper</i> untuk kesan lebih <i>classy</i>, mempertebal material terutama untuk kotak hadiah, serta merapikan posisi logo dan elemen dekoratif.
10. Shabrina, 22 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah dibuka? A: Tidak terlalu mudah. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat membawa produk? A: Nyaman. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai dengan produk aksesoris yang dikemas? A: Sesuai. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Mudah. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya dan terasa kokoh saat dibawa? A: Kokoh, hanya saja jadi kurang tahan kalau terkena air. Q: Apakah unsur visual (warna, ilustrasi, elemen) sudah menciptakan tampilan menarik dan meningkatkan nilai estetika? A: Sangat menarik. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Gambar dan warna ilustrasinya.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa tambahan pembungkus lain? A: Sudah layak, tidak perlu tambahan kertas kado lagi. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Iya. Q: Kalau membeli produk untuk hadiah, lebih tertarik pakai kemasan seperti ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih tertarik pakai kemasan ini. Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter <i>brand</i> yang feminin dan klasik? A: Iya. Q: Apakah logo dan identitas merek mudah dikenali? A: Mudah. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kekurangannya kurang tahan air, dan agak susah dibuka-tutup. Kelebihannya desainnya unik, gambarnya menarik, dan sangat feminin terutama untuk yang menyukai warna pink. Q: Ada saran? A: Mekanisme buka-tutup bisa disederhanakan, misalnya dibuat menutup permanen dari satu sisi saja supaya lebih praktis.
11. Khansa, 22 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Awalnya sedikit bingung mencari arah tarikan, tapi setelah tahu caranya jadi mudah. Q: Apakah kemasan mudah ditutup kembali? A: Mudah, langsung masuk. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat dibawa? A: Nyaman. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris? A: Sudah pas, seperti memang dirancang khusus untuk gelang dan kalung. Q: Apakah produk mudah dikeluarkan dan dimasukkan? A: Mudah. Disarankan ditambahkan busa di dalamnya supaya produk tidak bergeser-geser. Q: Apakah kemasan cukup kuat untuk melindungi produk di dalamnya? A: Kuat, kertasnya tebal dan keras, kokoh dan tidak mudah penyok. Tetap aman meski dijatuhkan. Q: Apakah dari sisi visual sudah estetik? A: Sudah, warnanya lucu dan pink-nya soft, tidak terlalu mencolok. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Desainnya, dianggap unik dan jarang ditemui pada packaging lain. Q: Apakah kemasan sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah? A: Sudah, bisa langsung diberikan tanpa perlu dibungkus lagi. Q: Apakah memberikan kesan spesial? A: Spesial banget, seperti <i>gift box</i> mahal. Q: Kalau membeli untuk hadiah, lebih memilih kemasan ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan ini karena lebih berkesan.

Hak Cipta :

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

	Q: Apakah desain sudah mencerminkan <i>brand</i> yang feminin dan <i>classy</i>? A: Feminin sudah sangat terasa, dan sisi <i>classy</i>-nya juga sudah baik. Q: Apakah logo mudah dibaca? A: Mudah terbaca. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya desainnya unik, lucu, dan packaging-nya kokoh. Kekurangannya pegangan agak kekecilan, dan sebaiknya diberi instruksi cara membuka supaya tidak membingungkan di awal. Q: Ada saran? A: Ditambahkan tanda atau tulisan kecil pada bagian pegangan untuk menjelaskan cara membukanya.
12. Alea, 16 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Awalnya mengira harus ditarik, ternyata mekanismenya digeser ke bawah. Setelah tahu caranya jadi mudah. Q: Apakah kemasan mudah ditutup kembali? A: Mudah, tinggal dimasukkan. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan? A: Nyaman dan terlihat imut, hanya saja agak kekecilan untuk pegangan. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris (gelang, kalung)? A: Cocok dan pas, seperti memang dirancang untuk itu. Q: Apakah produk mudah dikeluarkan dan dimasukkan? A: Mudah. Q: Apakah kemasan cukup kuat? A: Kuat, kertasnya keras. Tetap aman meski dijatuhkan pelan, dan terasa kokoh. Q: Apakah dari sisi warna dan desain sudah estetik? A: Estetik banget, warna pink-nya terasa aesthetic dan gambar-gambarnya lucu. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Warnanya, terlihat soft tapi tetap menarik. Q: Apakah layak digunakan sebagai kemasan hadiah? A: Layak banget, bisa langsung diberikan tanpa perlu dibungkus lagi. Q: Apakah memberikan kesan spesial? A: Spesial banget, seperti diberi <i>gift box</i>. Q: Lebih memilih kemasan ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan ini karena terlihat lebih mewah. Q: Apakah sudah terlihat feminin dan <i>classy</i>? A: Feminin banget dan <i>classy</i>-nya juga terasa. Q: Apakah logo bisa dibaca? A: Bisa. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya lucu, unik, dan packaging-nya kokoh. Kekurangannya bagian pegangan dan waktu pertama kali membuka sempat bingung caranya.

Hak Cipta :

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

	Q: Ada saran? A: Bagian pegangan diberi petunjuk kecil cara membukanya supaya langsung dimengerti.
13. Adara, 20 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Ternyata mekanismenya digeser, cukup mudah tapi kalau tidak diberi tahu caranya mungkin salah gerak dulu. Q: Apakah mudah ditutup kembali? A: Mudah, tinggal dimasukkan. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman? A: Nyaman. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk aksesoris? A: Sudah sesuai banget, seperti memang dirancang untuk gelang dan kalung. Q: Apakah produk mudah dikeluarkan? A: Mudah. Q: Apakah strukturnya kuat? A: Kuat banget, kertasnya solid, dan tetap aman meski dijatuhkan. Kokoh. Q: Bagaimana dari sisi tampilannya? A: Cantik dan estetik, warnanya matching semua dengan tone soft pink yang cocok untuk <i>brand</i> aksesoris. Q: Bagian apa yang paling menarik perhatian pertama kali? A: Bentuk packaging-nya, dianggap unik dan belum pernah dilihat sebelumnya. Q: Apakah sudah layak untuk kemasan hadiah? A: Sudah layak banget, langsung terlihat seperti hadiah istimewa tanpa perlu tambahan apapun. Q: Apakah memberikan kesan spesial? A: Berasa seperti diberi sesuatu yang berharga. Q: Lebih memilih kemasan ini atau kemasan <i>paper</i> biasa? A: Lebih memilih kemasan ini, dianggap beda kelasnya. Q: Apakah sudah terlihat feminin dan <i>classy</i>? A: Feminin sudah sangat terasa, sisi <i>classy</i>-nya ada tapi masih bisa ditingkatkan — saat ini kesannya lebih ke arah cute-feminine. Q: Apakah logo mudah dikenali? A: Mudah, langsung terlihat nama <i>brand</i>-nya. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya desainnya unik dan menarik, packaging-nya juga kokoh. Kekurangannya bagian pegangan kurang besar, dan perlu diberi instruksi cara buka-tutup supaya tidak membingungkan. Q: Ada saran? A: Perbesar bagian pegangan supaya lebih nyaman, dan tambahkan panduan kecil cara membukanya.
14. Maria, 19 tahun	Q: Apakah kemasan mudah dibuka? A: Mudah. Q: Apakah mudah ditutup kembali? A: Mudah juga. Q: Apakah pegangan nyaman dipakai? A: Nyaman. Q: Apakah ukurannya sudah sesuai? A: Sesuai untuk aksesoris. Q: Apakah produk mudah dimasukkan? A: Mudah. Q: Apakah struktur kemasannya kuat? A: Menurutnya kuat. Q: Apakah visualnya menarik? A: Iya, estetik dan terlihat premium.

Hak Cipta :

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

	Q: Bagian apa yang paling menarik? A: Bentuk packaging-nya. Q: Apakah layak jadi kemasan hadiah? A: Layak. Q: Apakah memberikan kesan spesial? A: Iya. Q: Lebih tertarik membeli kalau menggunakan kemasan ini? A: Iya, lebih menarik. Q: Apakah sudah terlihat feminin dan <i>classy</i>? A: Menurutnya iya. Q: Apakah logo mudah dikenali? A: Mudah. Q: Apa kelebihan dan kekurangan kemasan ini? A: Kelebihannya desainnya unik dan cocok untuk hadiah. Kekurangannya bagian kunci pegangan masih bisa dibuat lebih praktis. Q: Ada saran? A: Sistem penguncinya bisa disederhanakan, atau ditambahkan penanda supaya pengguna langsung paham cara menguncinya.
15. Cheisa, 23 tahun	Q: Nama dan umur? A: Cheisa, 23 tahun. Q: Apakah kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali setelah dibuka? A: Iya, mudah. Aku langsung ngerti cara bukanya. Ditutup lagi juga gampang. Q: Apakah pegangan pada kemasan nyaman digunakan saat membawa produk? A: Nyaman, cuma mungkin bisa sedikit lebih besar. Q: Apakah ukuran kemasan sudah sesuai untuk produk aksesoris? A: Udah sesuai, pas buat gelang atau kalung. Q: Apakah produk mudah dimasukkan dan dikeluarkan dari kemasan? A: Iya, gampang. Q: Apakah struktur kemasan cukup kuat untuk melindungi produk aksesoris dan terasa kokoh? A: Kuat, kokoh juga. Q: Apakah warna, ilustrasi, dan elemen visual pada kemasan sudah mampu menciptakan tampilan yang menarik serta meningkatkan nilai estetika produk? A: Iya, menarik. Warna pink-nya manis dan estetik. Q: Bagian apa yang pertama kali menarik perhatian saat melihat kemasan? A: Bentuk packaging sama desain depannya. Q: Apakah kemasan ini sudah layak digunakan sebagai kemasan hadiah tanpa perlu tambahan pembungkus lain? A: Udah layak. Q: Apakah kemasan memberikan kesan spesial saat diberikan kepada orang lain? A: Iya.

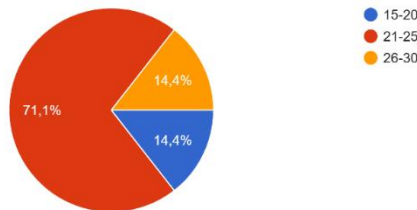
Hak Cipta :

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

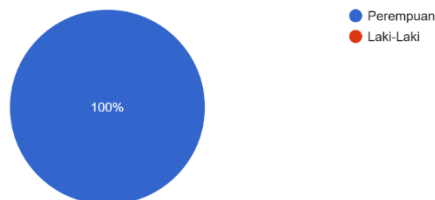
Q: Jika membeli produk sebagai hadiah, apakah lebih tertarik memilih kemasan ini dibanding kemasan *paper* biasa?
 A: Iya, lebih pilih kemasan ini karena lebih menarik.
 Q: Apakah desain kemasan sudah mencerminkan karakter *brand* yang feminin dan *classy*?
 A: Udah.
 Q: Apakah logo dan identitas merek mudah dikenali?
 A: Mudah dibaca.
 Q: Apa kelebihan dan kekurangan dari kemasan ini?
 A: Kelebihannya desainnya lucu, unik, dan cocok buat hadiah. Kekurangannya mungkin handle bisa dibuat sedikit lebih nyaman.
 Q: Apakah ada saran untuk pengembangan kemasan?
 A: Tulisan "Greeting Space" sebaiknya diganti menjadi "From - To" supaya lebih jelas fungsinya untuk menulis nama pemberi dan penerima hadiah. Selain itu menurut aku sudah bagus.

2. Hasil Kuesioner

Usia
90 jawaban



Jenis Kelamin
88 jawaban



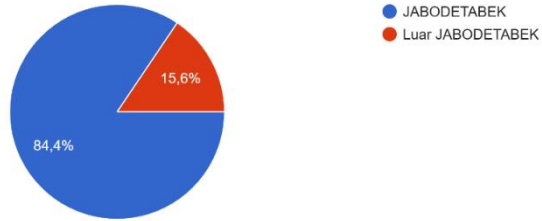


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

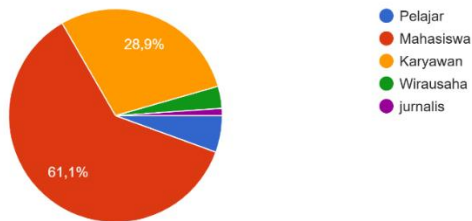
Hak Cipta :

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

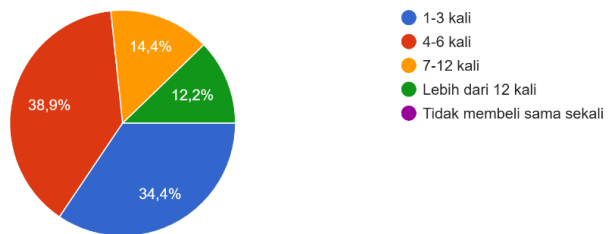
Domisili
90 jawaban



Pekerjaan
90 jawaban

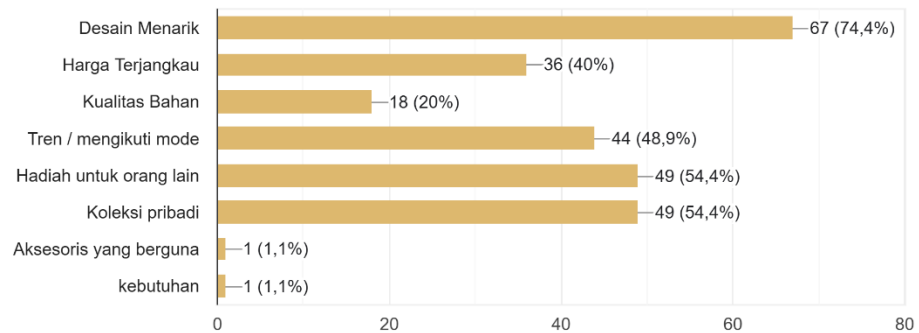


Seberapa sering anda membeli aksesoris dalam 1 tahun terakhir?
90 jawaban



Apa alasan utama yang mendorong anda untuk membeli aksesoris?

90 jawaban



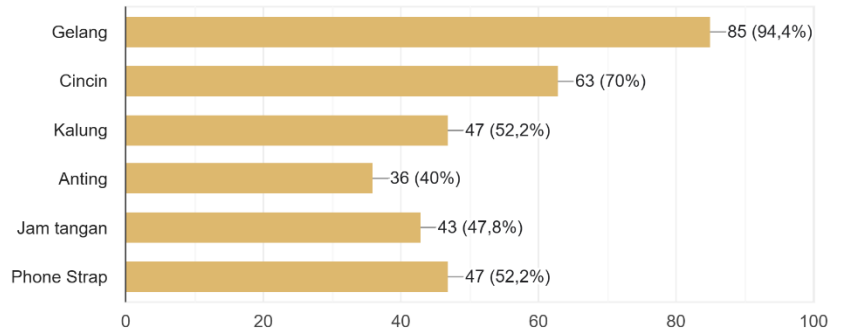


Hak Cipta :

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

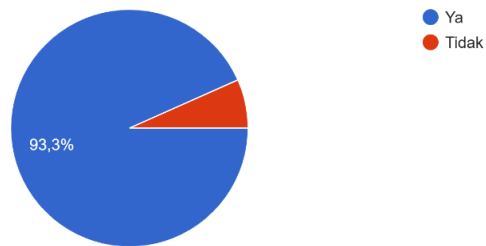
Aksesori apa saja yang Anda miliki?

90 jawaban



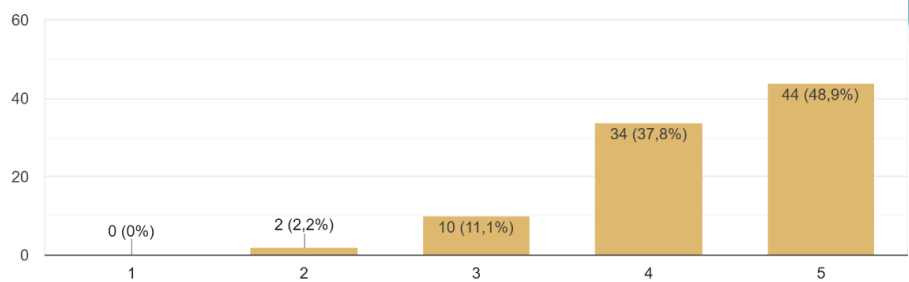
Apakah anda pernah membeli atau memiliki aksesori yang dikemas dalam kotak (box packaging)?

90 jawaban



Menurut Anda, seberapa penting peran kemasan dalam memengaruhi minat beli produk aksesori?

90 jawaban



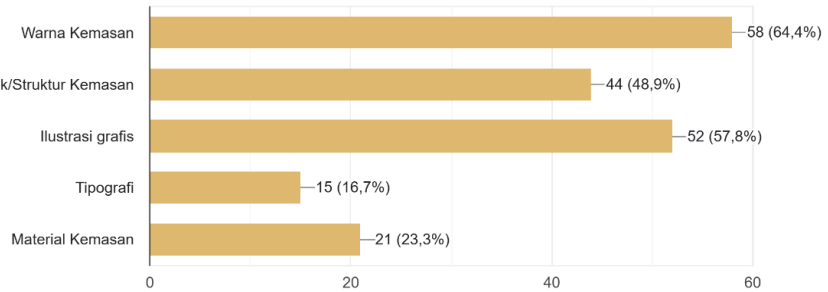


Hak Cipta :

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

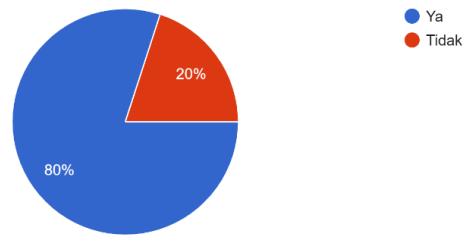
Jika kemasan produk aksesoris memiliki elemen desain tertentu, unsur desain apa yang paling menarik bagi anda?

90 jawaban



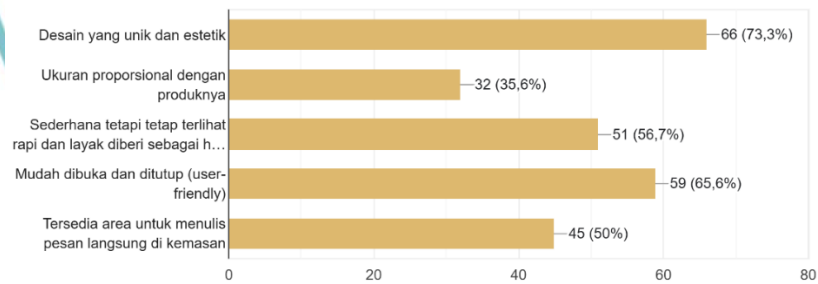
Apakah anda pernah membeli aksesoris yang menggunakan gift packaging (kemasan khusus untuk hadiah) yang berbeda dari kemasan standar?

90 jawaban



Menurut Anda, apa yang diharapkan dari kemasan gift packaging untuk produk aksesoris?

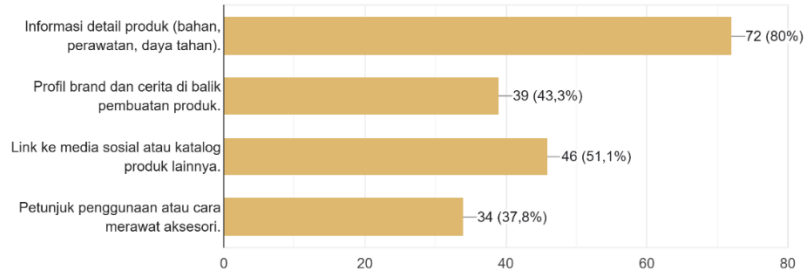
90 jawaban



Hak Cipta :

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

Jika kemasan memiliki QR code, informasi apa yang Anda harapkan untuk ditemukan?
90 jawaban



3. Dokumentasi Riset



JAKARTA

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

4. Logbook Bimbingan TA

Logbook Bimbingan Nada

Logbook Bimbingan (1)

NAME	TAHAP PENELITIAN	MATERI YANG DIBAHAS	STATUS	TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN PEMBIMBING	TO-DO
Bimbingan ke-1	•			Sep 19, 2025	Perancangan Kemasan Gift untuk Brand Tabbyna sebagai Special Packaging Produk Aksesoris Kerangka latar belakang: - Produk aksesoris - Pentingnya packaging untuk - Special packaging → bisa cari istilah lain - Masuk permasalahan kasus (ceritain tentang Tabbyna) - Ceritakan solusi kemasan	
Bimbingan ke-2	•			Oct 2, 2025	- pastikan alasan urgensi membuat packaging - rumusan masalah	
Bimbingan ke-3	•	•		Oct 10, 2025	- tambahkan kerangka teori special packaging	
Bimbingan ke-4	•			Oct 25, 2025	- revisi poin sub bab - ganti judul sub bab material kemasan -	
Bimbingan ke-5	•			Nov 1, 2025	- lanjutkan bab 2 nya dalam 1 minggu	
Bimbingan ke-6	•			Nov 7, 2025	Lanjutkan bab 3	
Bimbingan ke-7	•			Nov 14, 2025	Lanjutkan bab 3, next week harus sudah sampai profil klien dan draft kuesioner	
Bimbingan ke-8	•			Nov 22, 2025	Swot di ideate dihapus Teknik pengumpulan data lengkapi (hanya menjelaskan rencana yg dilakukan di tahap tsb)	
Bimbingan ke-9	•			Nov 28, 2025	- revisi pertanyaan kuesioner	
Bimbingan ke-11	•				- asistensi SWOT - asistensi Consumer Insight - asistensi Positioning	
Bimbingan ke-10	•	•, •, •		Dec 12, 2025		
Bimbingan ke- 11	•			Feb 13, 2026	• revisi sempro	
Bimbingan ke-12	•			Feb 20, 2026	• Mindmap	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

NAME	TAHAP PENELITIAN	MATERI YANG DIBAHAS	STATUS	TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN PEMBIMBING	TO-DO
Bimbingan ke-13	▶			Mar 4, 2026	• Moodboard	
Bimbingan ke-14	▶			Mar 6, 2026	• Moodboard	
Bimbingan ke-15	▶			May 13, 2026	• sketsa struktur	
Bimbingan ke-16	▶			Apr 3, 2026	• sketsa desain surface	
Bimbingan ke-17	▶			Jul 8, 2026	• revisi sketsa desain surface	
Bimbingan ke-18	▶			Apr 25, 2026	• desain komperensif	
Bimbingan ke-19	▶			May 25, 2026	• desain komperensif	
Bimbingan ke-20	▶			May 29, 2026	• revisi desain terpilih • abstrak semnas	
Bimbingan ke-21	▶			Jun 8, 2026	• dummy desain terpilih • buat pertanyaan testing	
Bimbingan ke-22	▶			Jun 20, 2026	• matriks testing • revisi desain surface • Media turunan	
Bimbingan ke-23	▶			Jun 30, 2026	• FAW • Revisi media turunan • laporan	
Bimbingan ke-24	▶			Jul 1, 2026	• Laporan	
Bimbingan ke-25	▶			Jul 2, 2026	• laporan	

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

5. Hasil Cek Turnitin

 **Similarity Report ID:** oid:3618:144794776

PAPER NAME
DG8D_Syarifa Nada Az Zahra_ Perancangan Desain Kemasan Gift Untuk Brand T abbyna Sebagai Special Packaging Produk Aksesoris.pdf

WORD COUNT 19002 Words	CHARACTER COUNT 121637 Characters
PAGE COUNT 108 Pages	FILE SIZE 1.6MB
SUBMISSION DATE Jul 3, 2026 8:40 AM GMT+7	REPORT DATE Jul 3, 2026 8:41 AM GMT+7

● **6% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 5% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

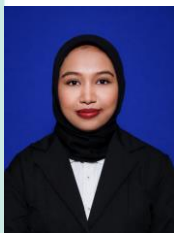
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

6. Daftar Riwayat Hidup



SYARIFA NADA AZ ZAHRA

Graphic Design Student

Depok, Jawa Barat 16418 | 081905007022 | nadaazhr143@gmail.com

Portfolio: behance.net/gallery/217644051/Portofolio-Syarifa-Nada-Az-Zahra

PROFILE

Graphic Design student at Politeknik Negeri Jakarta (GPA 3.82) with hands-on experience leading *brand* and packaging design projects from concept to client delivery. Comfortable owning a project as team lead or contributing as a designer, with strong communication skills for translating client needs into accurate, *on-brand* visual solutions.

EDUCATION

Bachelor of Design (Graphic Design) | Politeknik Negeri Jakarta 2022 - Present

- GPA: 3.82 / 4.00
- Relevant coursework: *Branding & Visual Identity Design*, *Digital Illustration*, *Digital Imaging*, *Design Project Management*, *Photography & Image Processing*, *Visual Communication Design*

Science Major | SMA Muhammadiyah 2 Depok 2019 - 2022

INTERNSHIP EXPERIENCE

News Graphic Designer | PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) 2025 - Present

- Design on-air creative placement graphics (*squeeze frame*, *lower third*, *running text*, *tag-on logo*, *plasma*, *logo on CG*, *superimpose*) for daily news broadcasts under tight deadlines.
- Produce filler titles, infographics, bullet-point graphics, and wall/plasma displays supporting daily news production.

PROJECT EXPERIENCE — PNJ PROJECT BASED LEARNING (PBL)

Designer — 'Lumiclay' Brand | Team Business Project Sep 2024 - Feb 2025

- Led *branding* for a new business venture end-to-end: *brand* storytelling, visual identity, packaging design, promotional media, and budget planning (RAB).

Project Leader — Elkana Gunawan MSME Brand Profile Book May 2024 - Jul 2024

- Directed design of the client's *brand* profile book; final design selected and approved by the client.

Project Leader — Tries Hands MSME Brand Packaging Sep 2023 - Dec 2023

- Directed packaging *box* design for an MSME client; final design selected and approved by the client.

Designer — Maryam Culinary MSME Brand May 2023 - Jul 2023

- Designed packaging labels for a culinary MSME *brand*.

Designer — PNJ Public Relations Oct 2022 - Jan 2023

- Designed calendars and merchandise for the university's public relations division.

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

Coin Manager | Kriyasana Mahasiswa Desain Grafis Indonesia (KMDGI), PNJ 2024 - 2025

2025Manage and monitor organizational funds across projects and events, preparing regular financial reports for transparency and accountability.

Head of Academic Development Division | Himpunan Mahasiswa Grafika Penerbitan (HMGP), PNJ 2024 - 2025

- Planned academic programs, competitions, and workshops; created weekly 'PAP Intermezzo' content and ran the 'TGP Bangsa' recognition initiative.



© 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

Creative Staff | *Ikatan Pelajar Muhammadiyah, SMA Muhammadiyah 2 Depok* 2020 - 2021

- Created Instagram feed content for organizational events.

COMMITTEE EXPERIENCE (SELECTED)

Chief Logistics Coordinator | *CRAFT Competition, PNJ* 2024

- Managed procurement, budget, and on-time availability of logistics for a campus-wide design competition.

Publications Staff | *PASARAME Student Market, PNJ* 2024

- Ran event social media and content, and coordinated media partnerships and event documentation.

Data & Information Staff | *PEMIRA Student Election, PNJ* 2024 - 2025

- Collected and validated voter and candidate data for election accuracy.

Other committee roles:

- Website Competition Staff, PCFEST (2024) • Event Staff, Design Odyssey (2024) • Consumption Staff, INPACK (2024) • Logistics Staff, MAPING (2023) • Documentation Staff, Kuliah Umum Desain Grafis (2023)

SKILLS

Technical: Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Canva, Google Sites, Microsoft Office (Word, Excel), Layout Composition

Personal: Leadership, Teamwork, Public Speaking, Time Management, Verbal Communication, Organizational Skills

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA