



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER INTERAKTIF UNTUK PARFUM *BRAND* “SEDA “SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

Oleh:
MUHAMMAD IZZATA
2206421071

**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 mengumpulkan 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 Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif
Untuk Parfum *Brand* “Seda” sebagai Media Promosi
Penulis : Muhammad Izzata
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN SEKUNDER
INTERAKTIF UNTUK *BRAND* "SEDA" SEBAGAI MEDIA
PROMOSI

Oleh:
Muhammad Izzata
2206421071

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP. 198911012025062002

Penguji II

Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 197209021995122001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif Untuk Parfum Brand “Seda” Sebagai Media Promosi

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 3 Juli 2026
Yang menyatakan,



Muhammad Izzata
NIM. 2206421071



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

Sudah menjadi rahasia umum bahwa parfum sudah menjadi bagian penting dalam hidup banyak orang. Data penjualan di penjualan daring Indonesia jadi bukti nyata, angkanya melesat cukup signifikan akhir-akhir ini. Hal tersebut membuat merek parfum brand lokal meningkat termasuk Seda, sebuah merek parfum lokal yang berlokasi di Malang yang memberikan variasi parfum terjangkau. Dengan meningkatnya penjualan pada tahun 2026 hingga 1000 produk menjadikan Seda sebagai kompetitor yang kompetitif. Dikarenakan kemasan yang masih menggunakan *hardbox* polos dengan stiker yang masih belum memberikan citra dari merek Seda dan belum memiliki pembeda dengan kompetitor lainnya. Sehingga kemasan saat ini masih kurang menarik dan belum memberikan pengalaman unik bagi konsumen. Penelitian ini dilakukan guna merancang kemasan sekunder yang dapat memberikan pembeda serta citra merek Seda dengan menerapkan elemen visual serta interaktif yang diatur dengan prinsip desain grafis serta struktur kemasan yang dapat memberikan keamanan untuk pengiriman. Metode penelitian menggunakan *mix method research* dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi literatur dan survey. Data yang terkumpul diolah menggunakan pendekatan *design thinking* dengan tahapan *emphasize, define, ideate, prototype* dan *testing*. Dari pendekatan ini mendapatkan hasil yang memberikan konsep ilustratif, minimalis dan elegan dengan warna monokromatik, menggunakan gaya desain *line art* yang menggambarkan visual bunga, alur dan daun yang divisualkan dengan *finishing spot uv* memberikan kesan ilustratif namun tetap minimalis serta penggunaan elemen interaktif *QR Code* yang terhubung dengan katalog digital sebagai media peningkat pengalaman konsumen. Melalui perancangan ulang desain kemasan sekunder interaktif, diharapkan dapat menjadi media promosi yang membangkitkan citra merek, meningkatkan daya saing serta memberikan pengalaman unik guna keberlanjutan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kemasan, *Smart Packaging*, *QR Code*, parfum, katalog digital



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

ABSTRACT

It is common knowledge that perfume has become an important part of many people's lives. Sales data in Indonesia's online marketplaces serve as concrete evidence, with figures rising quite significantly in recent times. This has led to an increase in local perfume brands, including Seda, a local perfume brand based in Malang that offers a variety of affordable perfumes. With sales increasing in 2026 to reach 1,000 products, Seda has positioned itself as a competitive player in the market. However, its packaging still uses a plain hardbox with stickers that have not yet conveyed Seda's brand image and lack differentiation from other competitors. As a result, the current packaging is still less appealing and fails to provide a unique experience for consumers. This research was conducted to design secondary packaging capable of providing differentiation and reinforcing Seda's brand image by applying visual and interactive elements arranged according to graphic design principles, along with a packaging structure that ensures safety during shipping. The research method used is mixed-method research, with data collection techniques including observation, interviews, literature studies, and surveys. The collected data were processed using a design thinking approach through the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. This approach resulted in an illustrative, minimalist, and elegant concept using a monochromatic color palette, employing a line art design style depicting floral visuals, flowing lines, and leaves, visualized with a spot UV finish to create an illustrative yet minimalist impression, along with the use of an interactive QR Code element connected to a digital catalog as a medium to enhance the consumer experience. Through this redesign of interactive secondary packaging, it is hoped that it can serve as a promotional medium that revives brand image, increases competitiveness, and provides a unique experience to sustain consumer purchases.

Keywords: Packaging, Smart Packaging, QR Code, Perfume, Digital Catalog



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif untuk Parfum Brand Seda sebagai Media Promosi”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian dan perancangan ke depannya. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, institusi, serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas pendidikan selama penulis menempuh studi.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, yang telah memberikan arahan serta kebijakan akademik selama masa perkuliahan.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis, atas bimbingan, dukungan, dan pengarahan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan.
4. Ibu Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan laporan ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, motivasi, serta kasih sayang yang tak ternilai sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
6. Zahra Nabilah Putri, selaku pasangan penulis, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan pengertian selama proses penyusunan laporan ini.
7. Bani Rahmat Ardian, selaku teman seperjuangan dan sebimbingan, atas kebersamaan, diskusi, serta saling memberi motivasi selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
8. Seluruh teman kuliah, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis, baik melalui kerja sama, dukungan, maupun kebersamaan selama masa studi.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Depok, 1 Juni 2026

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Muhammad Izzata

NIM: 2206421071



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Kemasan.....	8
2.1.1 Fungsi Kemasan	8
2.1.2 Jenis Kemasan.....	10
2.1.3 Material Kemasan Karton	11
2.1.4 Struktur Kemasan.....	15
2.1.5 <i>Finishing</i> Cetak kemasan	18
2.2 Desain Kemasan Interaktif Menggunakan <i>QR Code</i>	20
2.3 Kemasan sebagai media promosi	21
2.4 Desain Grafis Kemasan.....	22
2.4.1 Elemen Desain Grafis	22



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

2.4.2 Prinsip Desain Grafis	38
2.5 Metode <i>Design Thinking</i>	42
BAB III METODE PERANCANGAN.....	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Data dan Analisis	49
3.2.1 Profil Klien.....	49
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	49
3.2.3 Target konsumen	50
3.2.4 Kompetitor	51
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	53
3.2.6 <i>Positioning</i>	55
3.2.7 Analisis SWOT	56
3.3 Arahkan Kreatif.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	59
4.1 Konsep Visual	59
4.1.1 <i>Mindmap</i>	59
4.1.2 <i>Moodboard</i>	61
4.2 Proses Desain	63
4.2.1 Sketsa Struktur	63
4.2.2 Sketsa Permukaan	66
4.2.3 Desain Komprehensif.....	70
4.2.4 Desain Terpilih.....	73
4.2.5 <i>Prototype</i>	74
4.2.6 <i>Testing</i>	75
4.2.7 Gambar Teknis	78
4.2.8 <i>Final Artwork</i>	79
4.3 Media Pendukung.....	84
4.4 Produksi.....	86
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR REFERENSI	91
LAMPIRAN	95



© 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

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Klien	95
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3 Dokumentasi Riset.....	104
Lampiran 4 Transkrip wawancara Testing.....	106
Lampiran 5 LogBook	141
Lampiran 6 Turnitin	142
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	143



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Parfum Seda	10
Gambar 2.2 Box Sekunder Seda	11
Gambar 2.3 Tersier.....	11
Gambar 2.4 Duplex	12
Gambar 2.5 Kraft Coklat Putih	13
Gambar 2.6 Ivory	14
Gambar 2.7 Art Carton.....	14
Gambar 2.8 Corrugated.....	15
Gambar 2.9 STB.....	16
Gambar 2.10 RTB.....	16
Gambar 2.11 Lock Bottom TB.....	17
Gambar 2.12 Auto Lock Bottom TB.....	17
Gambar 2.13 One Piece Box.....	18
Gambar 2.14 Two Piece Box	18
Gambar 2.15 QR Code.....	21
Gambar 2.16 Merah	23
Gambar 2.17 Orange	24
Gambar 2.18 Kuning.....	24
Gambar 2.19 Hijau	25
Gambar 2.20 Biru.....	26
Gambar 2.21 Ungu	26
Gambar 2.22 Merah Muda	27
Gambar 2.23 Coklat	27
Gambar 2.24 Hitam.....	28
Gambar 2.25 Putih	29
Gambar 2.26 Monokromatik.....	30
Gambar 2.27 Analog	30
Gambar 2.28 Komplementer.....	31
Gambar 2.29 Triadic	31
Gambar 2.30 Split Coplementary.....	32
Gambar 2.31 Komplementer Ganda	32
Gambar 2.32 Serif.....	33
Gambar 2.33 Sans Serif.....	34
Gambar 2.34 Handwriting.....	34
Gambar 2.35 Decorative	34
Gambar 2.36 Realis.....	35
Gambar 2.37 Kartun.....	36
Gambar 2.38 Anime	36
Gambar 2.39 Flat.....	37
Gambar 2.40 Digital Painting	38
Gambar 2.41 Komposisi.....	39
Gambar 2.42 Simetris.....	40
Gambar 2.43 Asimetris	40

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 2.44 Irama.....	41
Gambar 2.45 Proporsi	41
Gambar 2.46 Unity.....	42
Gambar 3.1 Logo Seda.....	49
Gambar 3.2 Parfum Sedea.....	50
Gambar 3.3 Octarine Parfume.....	52
Gambar 3.4 Bohe Bali.....	52
Gambar 3.5 Orrine Parfume.....	53
Gambar 3.6 Positioning.....	55
Gambar 4.1 Mindmap	60
Gambar 4.2 Moodboard Visual.....	61
Gambar 4.3 Moodboard Struktur	62
Gambar 4.4 Tuck End	64
Gambar 4.5 <i>Reverse Tuck End</i>	64
Gambar 4.6 <i>Double Wall</i>	65
Gambar 4.7 <i>Tray</i>	65
Gambar 4.8 Alternatif Satu	66
Gambar 4.9 Alternatif Dua.....	67
Gambar 4.10 Alternatif Tiga	68
Gambar 4.11 Alternatif Empat.....	69
Gambar 4.12 Alternatif Lima	69
Gambar 4.13 Komprehensif Satu	71
Gambar 4.14 Komprehensif Dua	72
Gambar 4.15 Komprehensif Tiga.....	73
Gambar 4.16 Desain Terpilih.....	74
Gambar 4.17 3D.....	74
Gambar 4.18 Dummy Cetak	75
Gambar 4.19 Gambar Teknis	78
Gambar 4.20 <i>Tray</i>	79
Gambar 4.21 <i>FAW</i>	80
Gambar 4.22 Warna	81
Gambar 4.23 elemen	82
Gambar 4.24 Kartu Ucapan.....	84
Gambar 4.25 Katalog Digital	85
Gambar 4.26 Label.....	86



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 SWOT	56
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	57
Tabel 4. 1 Hasil Testing	76





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 LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara Klien
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Dokumentasi Riset
- Lampiran 4 Transkrip wawancara Testing
- Lampiran 5 LogBook
- Lampiran 6 Turnitin
- Lampiran 7 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

Parfum telah menjadi salah satu bagian yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan penjualan pada toko daring di Indonesia sangat signifikan pada produk parfum yang mana pada tahun 2024 hingga tahun 2025 terjual 84 juta parfum naik ke angka 115 juta parfum yang mana terdapat kenaikan 36% serta kenaikan harga rata rata produk parfum dari 47 ribu menjadi 53 ribu rupiah, terbukti bahwa kenaikan dan juga volume menandai tren konsumsi parfum yang semakin kuat apalagi di era digital ini (Wulandari, 2026).

Dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk parfum. Hal ini menjadikan terdapat beberapa faktor penting yang dapat menjadi keputusan akhir saat memilih produk mana yang akan dibeli, yaitu gaya font, bahan dan juga desain kemasan yang menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam memilih produk mana yang akan di beli (Rahimi et al., 2025).

Salah satu hal yang menjadi desain kemasan itu baik dilihat dari perlindungan terdepan yang dapat menjaga kualitas serta keadaan produk. Dengan membuat kemasan yang dirancang dengan maksimal pada aspek perlindungan, produk dapat tetap terjaga serta aman dari kerusakan fisik. Hal ini memastikan produk seperti parfum tetap dengan keadaan untuh saat sampai ke konsumen (Wibowo, 2025). Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah pelindung, tetapi juga menjadi titik awal pengalaman konsumen terhadap sebuah produk.

Kemasan dapat dibagi menjadi beberapa bagian, dan yang umumnya digunakan adalah dua jenis, yaitu kemasan primer dan kemasan sekunder. Kemasan sekunder memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan angka penjualan. Kemasan jenis ini mampu memperkuat daya tarik visual produk, menambah lapisan perlindungan, serta membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas yang lebih tinggi. Selain itu, konsumen cenderung



© 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

lebih tertarik pada produk yang dikemas dengan kemasan sekunder dibandingkan dengan produk tanpa lapisan tambahan tersebut (Qur'ani et al., 2024).

Desain kemasan tidak hanya sekedar perihal fungsionalitas dan juga estetika namun juga tentang kesan apa yang di sampaikan dan perilaku konsumen, kemasan yang awalnya hanya berfungsi sebagai pelindung kini juga menjadi salah satu media promosi utama produk (Espineda et al., 2025). Kemasan sangat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kesan kualitas produk setelah membeli dan secara umum pada kemasan harus memiliki 4 buah atribut yaitu fungsionalitas, teknis, informatif dan juga visual. Maka dari itu desain kemasan dapat disimpulkan sebagai pemeran yang cukup vital dalam informasi yang diberikan atau sebagai media promosi (Dash, 2021).

Keterkaitan antara kemasan dan keputusan pembelian konsumen juga terbukti secara hipotetis bahwa tiga dari lima atribut kemasan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pembelian pelanggan di industri kosmetik. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa desain kemasan dapat memicu rasa ingin tahu pelanggan dalam kondisi tertentu (Hasibuan & Nuraeni, 2023). Hal itu menjadikan kemasan sebagai aspek utama yang menentukan daya tarik produk di mata konsumen. Kemasan menjadi faktor besar dalam memilih produk, dengan 73% konsumen merasa terbantu untuk menentukan pilihan berkat kehadiran kemasan (Srivastava et al., 2022).

Dengan adanya kemasan parfum tidak hanya dapat mempertahankan mutu dan keamanan, tetapi juga memiliki nilai tambah dalam hal daya tarik visual, yang sekaligus berperan sebagai media promosi (Rahardjo, 2019). Tidak hanya kemasan primer yang berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan sekunder pun memiliki peran yang cukup penting pada produk kosmetik seperti parfum yaitu sebagai pelindung produk sekaligus memperkuat posisi merek di pasar melalui pesan dan juga media promosi yang disampaikan melalui desain visual kemasan (Morel et al., 2024).

Salah satu cara agar kemasan semakin optimal dalam peran promosi adalah menghadirkan interaktivitas yang melibatkan konsumen. Promosi melalui kemasan dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu *surface packaging* dan



© 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

structure packaging. Desain kemasan interaktif yang dirancang dengan memperhatikan responsivitas bahan serta memanfaatkan *QR code*, teknologi pintar, dan teknologi *augmented reality* terbukti mampu meningkatkan pengalaman emosional konsumen (Yu-ming, 2022). Oleh karena itu, kemasan perlu secara rasional mengintegrasikan elemen-elemen interaktif tersebut agar dapat mempererat hubungan antara konsumen dan produk sekaligus mendukung keberlanjutan industri kemasan.

Namun, peran penting kemasan sebagai media promosi dan *branding* belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh Seda Official sebagai sebuah brand yang menjual produk parfum lokal secara daring. Saat ini kemasan yang digunakan masih berupa *hardbox* polos yang secara estetika kurang menarik dan belum mampu mendukung identitas merek secara maksimal, serta kemasan yang sudah ada kurang ada melibatkan konsumen terhadap kemasan. Selain itu, klien masih menghadapi kendala dalam menentukan jenis material kemasan yang sesuai antara segi fungsi, daya tarik visual, dan biaya produksi.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyoroti mengenai kemasan yang mudah terurai mengatakan bahwa inovasi kemasan seperti *biodegradable*, *edible packaging*, serta kemasan dengan teknologi *3d printing* menjadi alternatif yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan dibanding kemasan konvensional (Omira et al., 2025). Selain itu penelitian tentang kemasan yang ramah lingkungan bahwa material baru yang sepenuhnya berbasis *bio* dan dapat terurai secara biologis mempunyai karakteristik yang mirip dengan plastik berbasis fosil, sehingga berpotensi diterapkan pada produk kosmetik sebagai pengganti plastik umumnya (Santos et al., 2025). Sementara itu penelitian mengenai kemasan modern menyatakan bahwa kemasan modern tidak hanya berorientasi pada aspek praktis tapi juga mampu menciptakan pengalaman emosional melalui desain interaktif yang memperkuat hubungan konsumen dengan produk sekaligus mendukung keberlanjutan industri kemasan (Yu-ming, 2022). Penelitian tentang kemasan *multisensory* menekankan bahwa desain visual kemasan harus selaras dengan *fragrance*, dimana aroma dapat di representasikan melalui warna, bentuk,



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

tekstur, dan tipografi agar makna sensorial dapat dipahami dengan mudah oleh konsumen (Silva & Mazzilli, 2016).

Oleh karena itu, dibutuhkan solusi berupa perancangan kemasan sekunder yang lebih efektif secara desain, mampu mendukung promosi produk, dapat melibatkan interaksi konsumen dengan kemasan salah satunya melalui *QR Code* namun tetap *cost-efficient*, sehingga dapat meningkatkan daya saing Seda Official di pasar parfum yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi dasar penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang kemasan sekunder parfum yang tidak hanya fungsional sebagai pelindung produk, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi dan branding bagi Seda Official?
2. Bagaimana desain kemasan sekunder dapat menghadirkan nilai interaktif untuk meningkatkan pengalaman dan keterlibatan konsumen terhadap produk parfum Seda Official?
3. Bagaimana menciptakan kemasan sekunder yang efisien secara biaya produksi namun tetap mampu mendukung identitas visual dan positioning Seda Official di pasar parfum lokal?

1.3 Ruang Lingkup

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

1. Proses perancangan ulang desain kemasan universal brand Seda.
2. Penerapan elemen interaktif pada kemasan parfum brand Seda
3. Penerapan desain kemasan parfum brand Seda kepada media turunannya

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian ini dirumuskan berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Merancang kemasan sekunder parfum interaktif untuk Seda Official yang berfungsi tidak hanya sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media promosi dan branding.
2. Mengintegrasikan fitur interaktif pada kemasan sekunder guna meningkatkan pengalaman konsumen serta memperkuat keterlibatan emosional terhadap produk Seda Official.
3. Menghasilkan desain kemasan sekunder yang efisien secara biaya produksi namun tetap memiliki nilai estetika dan mendukung promosi merek.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

1. Memberikan kontribusi dalam kajian desain grafis, khususnya pada topik kemasan sekunder interaktif sebagai media promosi.
2. Menambah referensi akademik terkait hubungan antara kemasan, branding, dan perilaku konsumen di industri parfum.

Bagi Praktisi

1. Menjadi inspirasi dalam merancang kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang interaktif.
2. Memberikan acuan praktis dalam menciptakan kemasan sekunder yang mampu bersaing dengan tren desain kemasan modern.
3. Memberikan solusi desain kemasan sekunder yang lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan strategi branding.
4. Membantu meningkatkan nilai jual produk parfum melalui kemasan yang menarik dan interaktif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada tahap awal bab pertama ini terdapat latar belakang yang berkaitan dengan Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif Untuk Parfum Brand “Seda” sebagai



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 kritikan 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

Media Promosi, lalu rumusan masalah yang ada, lingkup pembahasan, tujuan serta manfaat dari penulisan dan juga sistematika pada keseluruhan bab.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Lanjut pada tahap landasan perancangan yang membahas terkait teori-teori dan definisi yang digunakan terkait perancangan. Teori meliputi dari hal yang makro hingga hal mikro dan juga teori pendukung yang digunakan pada penulisan laporan Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif Untuk Parfum Brand “Seda” sebagai Media Promosi.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada metode perancangan membahas metode perancangan sebagai sarana pendukung Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif Untuk Parfum Brand “Seda” sebagai Media Promosi. Pada bab ini metode penelitian ditentukan dan juga berisikan data-data seperti profil klien, data kompetitor, consumer insight hingga arahan kreatif sebagai hasil analisis dari data yang telah diperoleh.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab hasil dan pembahasan desain menjelaskan tentang langkah yang digunakan dalam proses Perancangan Ulang Desain Kemasan Sekunder Interaktif Untuk Parfum Brand “Seda” sebagai Media Promosi seperti penggunaan *design thinking* dengan menyusun *moodboard* dan *mindmap*, pembuatan sketsa hingga digital terpilih serta prototipe sebagai langkah sebelum menuju tahap *testing* untuk melakukan pengujian dari perancangan yang telah dirancang.



© 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

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan hasil Kesimpulan rancangan kemasan parfum brand SEDA dan juga saran yang dapat bermanfaat bagi para pembaca serta *audiens*.



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

5.1 Simpulan

Hasil dari perancangan kemasan sekunder interaktif parfum yang telah dirancang, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan desain kemasan sekunder interaktif brand seda mengusung konsep elegan, minimalis dan ilustratif dengan tahapan pertama *Emphatize* didapati data profil klien, data parfum, *competitor*, hingga survei. Tahap kedua pada *define* yaitu dengan membuat perancangan desain kemasan sekunder interaktif dengan *QR Code* sebagai media promosi dengan harga kemasan dibawah ekspektasi. *Ideate* dengan mendapatkan konsep elegan, minimalis dan ilustratif dengan menggunakan warna hitam putih dan *spot uv* sebagai *finishing*. Desain yang telah terpilih dibuat *mockup* 3D dan juga kemasan *dummy* dengan menggunakan *ivory* dan *spot uv*. Lalu dilakukan ujicoba untuk menguji kemasan dengan hasil hampir semua positif dari segi struktur maupun desain dan fitur. Pada tahap akhir dilakukan penyesuaian dengan memperbesar *QR Code* dan mempersingkat *CTA* pada gambar teknis, FAW hingga produksi. Tahap pengaplikasian visual ke dalam media turunan berupa kartu ucapan, stiker kemasan primer dan desain katalog digital pada fitur interaktif. Diterapkan elemen dan juga gaya desain yang sama dengan konsep media utama. Media promosi dan juga *branding* kemasan telah tercermin dari desain visual yang menarik, fitur interaktif yang didalamnya terdapat banner promosi serta kartu ucapan yang selaras dengan desain media utama.
2. Fitur interaktif pada perancangan kali ini berupa katalog digital yang yang dapat ditemukan oleh konsumen pada *QR Code* yang cukup besar pada bagian belakang kemasan dengan *copywriting call to action* mengajak untuk memindai. Desain yang digunakan pada katalog digital yaitu menerapkan desain yang sama dengan media utama perancangan kemasan yaitu dengan menerapkan konsep elegan, minimalis dan ilustratif sebagai



© 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

3. acuan dari *tone and manner* dan *key message*. Desain katalog digital menggunakan layout minimalis dengan dominasi warna hitam sebagai latar belakang dan juga desain warna putih dengan elemen *font* yang berbeda dengan kemasan utama namun tetap dalam satu kesatuan konsep dengan menggunakan keluarga *sans-serif* yaitu *nunito*. Jenis ini dipilih agar keterbacaan dan kenyamanan konsumen dalam membaca teks yang ada pada katalog digital. Pada desain katalog digital juga terdapat desain *spot uv* yang sama pada kemasan pada latar belakang. Katalog digital diharapkan dapat meningkatkan pengalaman interaktif yang unik dan juga menyenangkan.
4. Perhitungan cetak juga menjadi hal yang dipertimbangkan dengan harga yang masih dalam jangkauan yaitu pada *range* 4000 hingga 6000 ribu rupiah perkemasan dan telah mendapati untuk cetak dengan kuantitas 1000 buah yaitu spesifikasi *ivory* 310gsm dengan cetak 1/0 karena bewarna hitam putih saja. Serta untuk finishing menggunakan *spot uv* dan laminasi *doff*, tidak lupa juga untuk hasil akhir menggunakan lipatan dan juga potong kemasan agar kemasan mudah di rangkai. Dari hasil pencarian dapat di harga 3,885 rupiah perkemasna atau total cetak kuantitas 1000 yaitu dengan harga 3,855,000 rupiah. Dengan harga tersebut sudah menjawab permasalahan harga yang ada dibawah target awal.

5.2 Saran

Proses perancangan desain kemasan sekunder interaktif parfum Seda yang telah dirancang, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Dengan melihat fenomena yang ada dan juga perkembangan dari *brand* Seda, disarankan untuk menerapkan visual dengan konsisten yang dapat menggambarkan citra brand pada kemasan sekunder serta media turunan yang tetap menerapkan visual yang sama. Konsistensi pada visual penting sebagai sarana permudah pengenalan produk kepada konsumen lama dan juga konsumen baru guna mengingat merek melalui ciri khas yang divisualkan pada desain. Penerapan desain visual yang konsisten



© 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

diperlukan guna meningkatkan *awareness* dan juga sebagai sarana media promosi yang efektif melalui media interaktif pada kemasan yang dapat meningkatkan pengalaman konsumen.

2. Untuk penelitian yang akan datang pada perancangan kemasan dibutuhkan pengujian terkait efektivitas atau evaluasi media promosi berbasis fitur interaktif yang terhubung dengan katalog digital dan juga penggunaan fitur *smart packaging* seperti *AR* dan *NFC*. Hal tersebut guna mengetahui *feedback* atau pengalaman yang dirasakan oleh konsumen dari aspek peningkatan penjualan, kepuasan konsumen, *brand awareness*, serta penggunaan berulang pada konsumen.





Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Cerita Prameswary, Mohamad Irfan Hidayat, & Maya Purnama Sari. (2024). Analisis Persepsi Warna pada Kemasan Produk Kecantikan Emina. *Jurnal Senirupa Warna*, 12(2), 78–87. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v12i2.176>
- Daggar. (2022, April 10). *Packaging Colour Psychology—How It Affects Your Success* | GWP Group. <https://www.gwp.co.uk/guides/packaging-colour-psychology/>
- Daggar, J. (2025, September 23). *Packaging Colour Psychology – How It Affects Your Success*. GWP Group. <https://www.gwp.co.uk/guides/packaging-colour-psychology/>
- Dash, S. K. (2021). Identifying and classifying attributes of packaging for customer satisfaction-A Kano Model Approach. *International Journal of Production Management and Engineering*, 9(1), 57–64. <https://doi.org/10.4995/ijpme.2021.13683>
- DeGuzman, K. (2025, April 25). *What is a Color Scheme—Definition, Types, Examples Explained*. Studio Binder. <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-color-scheme-definition/>
- Dimas, V. (2023, December 20). *Mengenali Peran Tipografi Huruf dalam Desain Grafis* | Berita | Gamelab Indonesia. Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/3180-mengenali-peran-tipografi-huruf-dalam-desain-grafis>
- Erlangga, D. (n.d.). *Finishing Box Kemasan: Emboss, Hot Print, UV Spot, Mana yang Cocok untuk Produk Anda? – Boxide*. Retrieved July 1, 2026, from <https://boxide.net/finishing-box-kemasan-emboss-hot-print-uv-spot-mana-yang-cocok-untuk-produk-anda/>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor (Pt. 2). *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Espineda, M. N., Banocnoc, A. H., & Bautista, I. B. B. (2025). A phenomenological study of consumer perceptions and industry challenges in the transition to sustainable packaging. *Discover Sustainability*, 6(1), 762. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01707-7>
- Gould, W. R. (2020, March 27). A Guide to Line Art: History, Techniques, and How to Improve. *Skillshare Blog*. <https://www.skillshare.com/en/blog/why-line-art-drawing-may-be-your-next-favorite-creative-practice/>



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

- Gurning, L. R. M. (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>
- Hasibuan, M. S., & Nuraeni, S. (2023). Influential Cosmetic Packaging Attributes Toward Customer Purchase Intention. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(2), 81–91. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i2.80>
- Huznuzharif, A. H., & Khabibah, U. (2022). Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Dengan Menggunakan Corel Draw Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Geprek Seuhah Malang. *Jurnal Media Akademi*, 8(1), 79–84.
- Jones, P., & Comfort, D. (2017). *The Forest, Paper And Packaging Industry And Sustainability*. The University of Gloucestershire. http://www.ijssrm.com/ijssrm/Current_%26_Past_Issues.html
- Kamulian, S. A. (2024). *Analisis Pengaruh Variasi Long Fiber Dan Short Fiber Terhadap Sifat Fisik Kertas Coklat* [Institut Teknologi Dan Sains Bandung]. Repository Institut Teknologi Dan Sains Bandung (01220004). <https://repository.itsb.ac.id/id/eprint/980>
- Khabibullah, M., Alimin, & Sholahuddin, G. M. I. (2024). Tahapan dan Langkah-Langkah Penerapan Mixed Method Research (MMR) dalam Penelitian Pendidikan. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(1), 69–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.62048/qjms.v2i1.55>
- Maxipro, I. (2022, July 27). Perbedaan! 5 Jenis Kertas Karton untuk Kemasan & Percetakan. *Maxipro*. <https://maxipro.co.id/jenis-kertas-karton/>
- Morel, S., Mura, G., Gallarate, M., & Sapino, S. (2024). Cosmetic Packaging: European Regulatory Aspects and Sustainability. *Cosmetics*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/cosmetics11040110>
- Omira, A., Grira, S., Mourad, A.-H. I., & Alkhedher, M. (2025). The new generation of cosmetics packaging: A paradigm shift. *Global Transitions*, 7, 223–246. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2025.04.004>
- Paxel. (2025, June 17). *Desain Kemasan Produk: Pengertian, Prinsip dan Cara Membuatnya* | Paxel. Paxel.Co. <https://paxel.co/id/berita-dan-promo/desain-kemasan-produk-pengertian-prinsip-dan-cara-membuatnya>
- Permana, C., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Ejournal.Warunayama*, 1(8), 60–76.



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

- Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1), 11–19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1086>
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.
- Qur'ani, B., Ratnawati T., & Widodo, S. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Kemasan Sekunder Terhadap Penjualan Produk Bakery. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 53–62.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.156>
- Rahimi, Z., Hasnat, Md. A., Rana, Md. S., Mishad, N.-A.-A., Talukder, K. I., Arman, S. Md., & Hasan, K. K. (2025). Product packaging and consumer purchase intentions: A structural analysis in the afghan perfume market. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2506609.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2506609>
- Rahmayanti, S. U., & Sriwidodo. (2021). Review Artikel: Tren Dan Kemajuan Terbaru Teknologi Kemasan Sediaan Farmasi (Trend And Recent Advance Of Pharmaceutical Packaging). *Fakultas Farmasi Universitas Padjajaran*, 19(1), 26–34. <https://doi.org/10.24198/farmaka.v19i1.27313>.
- Rajab, J. M. (2025, May 22). Jenis-Jenis Gaya Ilustrasi yang Wajib Kamu Tahu. *Bimbelgambiar.Id*. <https://bimbelgambiar.id/jenis-gaya-ilustrasi/>
- Santos, F., Rodrigues, P., Vargas, P., Massano, A., Oliveira, L. M., Batista, C., Cruz, V., Mateus, A., Mitchell, G. R., Sobral, A. J. F. N., & Encarnação, T. (2025). A novel fully biobased material composite for cosmetic packaging applications. *Scientific Reports*, 15(1), 26882.
<https://doi.org/10.1038/s41598-025-10426-y>
- Silva, C., & Mazzilli, C. (2016). A Multisensory Approach for Perfume Packaging Design: The Correspondence between Visual and Olfactory Stimuli. *The International Journal of Designed Objects*, 10, 7–19.
<https://doi.org/10.18848/2325-1379/CGP/v10i04/7-19>
- Srivastava, P., Ramakanth, D., Akhila, K., & Gaikwad, K. K. (2022). Package design as a branding tool in the cosmetic industry: Consumers' perception vs. reality. *SN Business & Economics*, 2(6), 58.
<https://doi.org/10.1007/s43546-022-00222-5>
- Swarnadwitya, A. (2020, March 17). *Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya*. Binus University School of Information System.



© 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

<https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>

Syed, R. (2025, May 13). How QR Codes Enhance Interactive Catalogs for Improved Customer Engagement. *Bitly | Blog*.
<https://bitly.com/blog/interactive-catalogs-using-qr-codes/>

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Elex Media Komputindo. <https://elexmedia.id/produk/detail/manajemen-bisnis/nanang-wahyudi-sonny-satriyono/mantra-kemasan-juara/9786020400693>

Wibowo, A. P. (2025). *Perancangan Ulang Desain Kemasan Produk Minyak Wangi Parfum Alana* [Politeknik Negeri Jakarta]. Repository Politeknik Negeri Jakarta (2106422001). <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/28100>

Wicaksono, punto. (2025, March 24). *6 Fungsi Kemasan Produk untuk Promosi Bisnis Anda*. Qubisa. https://www.qubisa.com/article/fungsi-kemasan-produk-untuk-promosi-yuk-simak?utm_source=chatgpt.com

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis* (1st ed.). Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.
<https://repositori.kemendikdasmen.go.id/11838/1/9-Desain-Grafis-OK.pdf>

Wulandari, D. (2026, January 17). Penjualan Kategori Parfum Tembus Rp6,1 triliun di 2025. *MIX Marcomm*. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/penjualan-kategori-parfum-tembus-rp61-triliun-di-2025/>

Yekti, A. (2024, November 6). Desain Kemasan Interaktif: Macam-macam Jenis dan Tujuannya. *Notis Digital*. <https://notisdigital.com/desain-kemasan-interaktif-macam-macam-jenis-dan-tujuannya/>

Yu-ming W. (2022). Research On Packaging Design And Application Based On Interactive Experience. *Journal of the China Food Science and Technology Association*, 38(2), 118–122. <https://doi.org/10.13652/j.>



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Klien

- izzata** : Selamat sore mas, apakah suara saya sudah terdengar mas?
- Seda** : Halo, iya mas. Terus ya.
- izzata** : Baik mas, mungkin saya mulai kali ya mas ya.
- Seda** : Iya, iya mas
- izzata** : Sebelumnya saya berterima kasih kepada brand Seda yang sudah berkontribusi kepada proyek saya kali ini yaitu Tugas Akhir. Mungkin saya jelaskan sedikit ya mas tentang tugas akhir saya ya mas.
- Saya adalah mahasiswa dari semester 7, Politeknik Negeri Jakarta, produsen grafis. Tugas akhir ini bertujuan tidak hanya untuk membuat desain dan juga terus kemasan, tapi juga mengatasi masalah yang ada dari brand Seda ini salah satunya, kemasan ya mas. Lalu, waktu yang diharapkan itu dapat menjadi kemasan yang sudah siap ya mas, dengan melakukan beberapa testing yang saya akan lakukan secara langsung nantinya pada para konsumen yang suka parfum juga mas, seperti itu.
- Mungkin saya throwback sedikit ya mas, dari yang sudah mas jelaskan via chat beberapa hari lalu tentang brand storenya Seda. Dari yang saya pelajari, Seda ini berdiri di pertengahan 2023, fokus pada parfum. Lalu untuk distribusi masih banyak, atau sekarang fokusnya di Shopee.
- Dan juga kemasannya kadang memakai hardbox dan juga pernah di print sendiri mas ya. Dan mungkin hasilnya kurang eksimal ya mas.
- Seda** : Ya, soalnya bukan printing ya mas, pakai cat kan. Jadi kurang maksimal masih, apa kayak ngobrol-ngobrol gitu, nyisir-nyisir, itulah kemasannya.
- izzata** : Masih agak berantakan mungkin karena itu manual banget ya?
- Seda** : Ya gitulah seperti ini.
- izzata** : Terus mungkin, solusi yang mungkin saya dapatkan untuk sekarang-sekarang ya mas, untuk analisa sekarang ini mungkin nanti saya akan menggunakan softbox dengan desain yang mungkin nanti akan menyesuaikan dengan cetak nanti kan mungkin ada format-format agar cetak itu desainnya sesuai dengan apa yang kita lihat di layar dan apa yang dicetak nantinya mas.
- Mungkin saya ingin tanya, kira-kira untuk data dari Seda ini, nantinya di proyek saya ini mau ditaruh brand Seda aja atau mau ditaruh nama-nama pemiliknya mas kira-kira?
- Seda** : Si brand aja mas, nama pemiliknya.



© 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

izzata : Oh berarti brandnya Seda aja ya mas berarti ya? Baik mas, baik. Lalu mungkin saya lanjut ke pertanyaan pertama ya mas ya, nanti misalkan pertanyaan emang kurang dimaksudnya saya akan menjelaskan, mungkin kalau emang kurang bisa nanti saya akan memberikan penjelasan saya sendiri atau saya akan kembalikan.

Mungkin yang pertama mas, menurut mas kira-kira apa sih yang membedakan brand Seda ini dengan yang lainnya, karena yang saya lihatnya di Shopee-nya tuh penjualannya cukup tinggi, kayak sampai ada yang 6000, ada yang ratusan itu cukup banyak kan ya mas, kira-kira apa sih yang membedakan brand Seda ini dengan brand lain gitu sih mas?

Seda : Yang membedakan, mungkin tidak ada sih mas yang membedakan, soalnya brand lain juga ada yang sama. Mungkin kalau mas, apa, bentar mas ya

izzata : Iya mas gappaa mas

Seda : Hmm apa yak

izzata : mungkin apakah misalnya ini mas

Seda : Ini mas

izzata : Boleh mas silakan mas?

Seda : Dari anu mas, sama brand lainnya kayak octarine, orrine parfum, atau bohe yang mahalnya. kalau varian itu juga tidak sama sih, varian juga ada sih, brand lain juga ada, soalnya itu basicnya kayak rebranding gitu loh mas, soalnya kayak varian Depopium, Skandalus itu kan udah, udah ada yang nyiptain gitu kan tapi mungkin lebih ke varian nya banyak si mas

izzata : Iya betul betul

Seda : Botol juga cukup ada yang sama seperti itu yang make
Mungkin saya contohin, contohin mungkin mas ya, dengan harga yang saya lihat kan Rp.50.000-an ya mas, dengan harga Rp.50.000-an, dengan kualitas perfume mungkin, dengan harga segitu juga mungkin lebih bersaing, karena masnya lebih murah dan lebih bagus gitu mungkin ya mas ya, jadi orang lebih percaya gitu.

Ya mungkin yang penting kan strategi penjualan itu mas, contohnya harga, terus jualan, kalau produknya itu, ada yang sama loh, ada yang varian, terus contoh juga ada yang sama, mungkin dari strategi lah, strategi penjualan, harga, terus apa lagi ya, itu walaupun murah mas ya, tapi menjaga kualitas lah, gitu lah, biar konsumen itu bisa repeat, artinya kita itu kalau ada yang repeat itu, lebih suka mas. Itu sih mas, apalagi pertanyaannya.

izzata : Oke baik mas, terima kasih banyak mas, itu sudah sangat cukup, ini sih menjawab mas.



© 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

Seda : Nanti sampai kembangin sendiri mas pokoknya, intinya gitu lah, atau menurut masnya, apa yang bisa untuk berbeda lah, oh ini berbeda, bedanya ini gitu, sampai tambahin lah.

izzata : Oke baik mas, siap.

Seda : Tugas akhir itu, tugas kuliah atau apa mas, atau skripsi?

izzata : Tugas kuliah atau tugas skripsi mas

Seda : Tugas itu buat skripsi?

izzata : Iya betul. Jadi brand Seda bakal dimasukin ke data, di kampus ini mas, di politeknik negeri Jakarta.

Seda : Oh nanti di upload ya oke lanjut mas

izzata : Iyaa betul betul, Mungkin untuk pertanyaan kedua, ini simpel sih mas, mungkin target pasarnya nih mas, kira-kira apakah ada signifikan, kayak siswa, atau pekerja, atau kayak semua kalangan bisa nih mas, yang targetnya?

Seda : Kalau target pasarnya itu, seumur semua bisa mas, soalnya kita, kalau misalkan si shopee itu ya, itu beda kayak n di TikTok itu beda, soalnya kalau di TikTok, kalau yang pernah dikerjain juga, bikin-bikin video gitu mas, saya iklan itu, video itu kayak ada targetnya lah, umur 18-35 gitu kan, mungkin targetnya itu di konsumen yang yang kebawah lah, makanya harganya di bidang persaingan, jadi harganya persaingan juga, sama targetnya di kalangan pelajar atau pekerja yang lain, ya udah, kita cari targetnya.

izzata : Sebentar mas adzan sebentar

Seda : Mau nanya mas di Jakarta itu ngekos atau dirumah sendiri?

izzata : Rumah sendiri mas, mungkin boleh lanjutkan pertanyaan selanjutnya mas

Seda : Iya iya oke

izzata : karena ada label ya mas, kira-kira butuh didesain ulang ga mas? atau sudah cukup sama desainnya sekarang?

Seda : boleh mas, boleh boleh, kalau menurut masnya itu kurang, levelnya itu kurang

izzata : mungkin nanti saya coba buat ya mas, nanti saya coba sampaikan ke mas dulu, kira-kira oke apa engga ya mas

Seda : oke baik mas

izzata : mungkin lanjut lagi mas, kira-kira nih mas, saya ini udah ngumpulin beberapa style ya mas, parfum ada 3 style, nanti mas bisa pilih ya mas, mungkin agar mudah, kira-kira yang cocok sama brand Seda mana nih mas, saya izin saya screen ya mas, apakah terlihat mas

Seda : terlihat terlihat

izzata : Baik mas

Seda : itu yang hitam, ini tengah sama kanan itu ya, itu beda-beda semua ya

izzata : betul betul, mungkin saya jelaskan sedikit ya mas ya, untuk yang sebelah kiri, yang full hitam, ini mungkin nanti kemasannya itu, mainnya seperti ada metal-metal gitu mas, kayak ada glow-glow gitu mas, kayak ada yang menyalah-nyalah gitu mas, mungkin nanti ya, untuk kemasannya tengah ini mungkin nanti ada



© 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

- Seda** : Ada emas emasnya gitu ya mas
- izzata** : Iya betul, nanti untuk yang tengah itu, nanti ada ilustrasi dicampur dengan, kayak box isi mungkin ada logo nya, atau ada penjelasannya slogan nya gitu mas, untuk yang ketiga nih mas, yang terakhir yang warna putih, ini lebih ke minimalis, terus nanti mungkin mainin kayak emboss mas, kayak huruf timbul, atau seperti itu mas, kira-kira mas, mas prefer yang dari ketiga ini, style yang mana mas?
- Seda** : menurutku dari sini yang itu mas, yang pink pink itu mas, pake, yang bawah, nana-nana itu
- izzata** : ya ilustrasi, yang kayak, kayak lukisan gitu mas,
- Seda** : bukan, bukan, bukan kayak foto real gitu, tapi kayak lukisan itu, itu bagus itu
- izzata** : ya ilustrasi, terima kasih mas atas jawabannya, mungkin saya lanjut lagi ya mas mas, untuk beberapa pertanyaan lagi, mungkin selanjutnya nih mas, kira-kira kan setelah mas milih tadi, yang tengah yang ada ilustrasinya, itu kira-kira, mungkin nanti di dalam itunya ada logo, ada slogan, nanti mungkin saya buat kan, kira-kira mau ditambahin apa lagi mas, dalam desainnya mas, dalam kemasannya
- Seda** : apa, ini ada mas, kan disanakan variannya, disanakan variannya kan banyak lah, mungkin dibikin unisex mas, biar gak terlalu, kalau masnya tuh pengen, pengen desainnya, gak satu namanya, wah gitu lah, kayak ilustrasi tadi, buat, yang pake yang cowok, sama yang cewek, kalau masnya, satu kurang gitu loh mas, kalau satu cukup, buat universal buat semua, kayak gitu loh mas, gak harus satu varian, satu buat semua
- izzata** : sangat, saya berpikiran juga, varian cowok sama cewek, baik mas
- Seda** : biar gak banyak-banyak banget kan, mungkin itu sih mas, kalau isi tadi, isi tadi, tulisan-tulisan itu, terserah mas
- izzata** : baik mas, mungkin, iya, kira-kira nih mas, logonya kan warna hitam ya mas, itu boleh diubah gak sih mas warnanya, atau itu paten warna hitam?
- Seda** : boleh-boleh mas, bebas mas, untuk patent, mau warna apapun, mau warna apapun, bebas sih
- izzata** : berarti menyesuaikan desain ya mas, nanti logonya ya mas
- Seda** : Iya iya mas
- izzata** : baik mas, terus mungkin ini sih mas, kira-kira, strukturnya tuh, mau ada yang beda gak sih mas, kan biasanya kalau parfum kan boxnya, biasanya dibuka kayak biasa aja ya mas, kira-kira, nanti mau ada inovasi di strukturnya gak mas, kayak mungkin kita angkat gitu, dari bawah baru muncul, kira-kira mau ada itu gak mas, atau mau standar aja?
- Seda** : gini, apa, kalau tergantung, pasnya itu, gini, kalau kita nanti itu, maunya yang standar aja mas, biar HPP-nya murah-murah, soalnya kan, kayak bungkus rokok gitu loh mas, intinya, bungkus rokok tuh mati buka, terus diambil, diambil parfumnya, kalau masnya membutuhkan yang, tambahan strukturnya di dalam, kayak,



© 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

handphone gitulah, kayak iPhone ada, ada tatakan lagi gitu, buat presentasi masnya, tapi kalau, kami yang standar aja mas, soalnya, yang HPP mas, biar gak terlalu, banyak kan

izzata : mungkin ini sih mas, saya mau bertanya mas ya, kira-kira ada batasan gak sih mas, buat harga perkemasannya, misalkan biar saya nanti bisa hitungan juga, misalkan dengan harga 3000, tapi tetep bisa dapet yang bagus gitu mas, kira-kira ada batasan harganya, misalnya perkemasannya?

Seda : apa, harga, maksimal 3700, kalau di kita, bisa, lebih, atau 1800, kalau standar itu saya lihat-lihat itu, pasarannya itu sekitar 1800 sampai, 2500 mas, kalau di sini loh mas ya, kayak, yang standar itu, sekitar sekitu, mungkin sekituan lah, kalau bisa kurang ya gak apa-apa, maksimal 2500 lah mas, soalnya, di harga 2500 itu nanti, pilihannya banyak mas, ada kayak tabung, kalau dikemas itu, itulah intinya, ya, kurang lebih segitu lah

izzata : Mungkin ini pertanyaan terakhir ya mas kira kira untuk penjualan ini masih toko online aja ga atau nanti ada toko offline

Seda : sementara, sementara ini masih, di online dulu mas, nanti gak tau sih, mungkin setahun lagi, berubah pikiran, atau lebih berkembang kan, gak tau kalau, untuk saat ini, itu masih di online, terus mau, waktu dekat ini mau, ngerjain di tiktok, tapi masih belum dikerjain sih tiktok, masih di upload aja sih, trafiknya, dapatnya dari shopee aja

izzata : Mungkin kesimpulan dari ini ya mas harga perkemasan nya 2500 atau 3000 kalau bisa kurang dari itu, terus juga kemasan ilustrasi, terus juga logo nya bisa sesuai dengan desain nya nanti, saya akan membuatkan label di dalamnya tuh mas, sama mungkin saya membuatkan slogan, nanti saya coba, kasih mas dulu nanti, kalau emang ada perbaikan, nanti bisa saya coba perbaiki, sebelumnya, terima kasih banyak mas, udah mau, saya sangat-sangat terima kasih loh, udah mau ikut proyek saya, karena ini cukup penting lah, untuk tugas saya

Seda : iya mas, iya mas, saya tau kok, iya mas

izzata : Terimakasih banyak mas sebelumnya

Seda : kalau ada, kalau ada, apa, kayak, kata-kata yang kurang, terus sampai tambah-tambahin sendiri lah mas

izzata : nanti saya akan coba kembangin yang lebih baik

Seda : Baik mas

izzata : Baik mas saya pamit mas terimakasih mas

Seda : Nanti kabar kabar saja mas



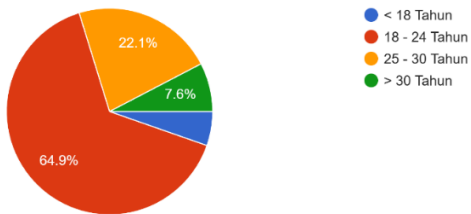
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

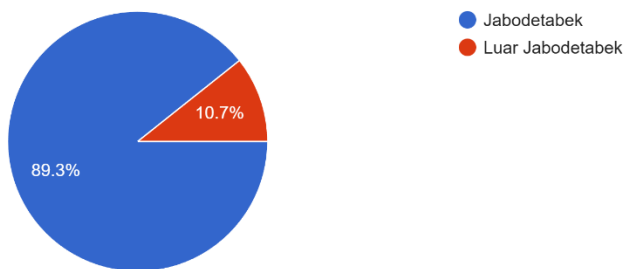
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

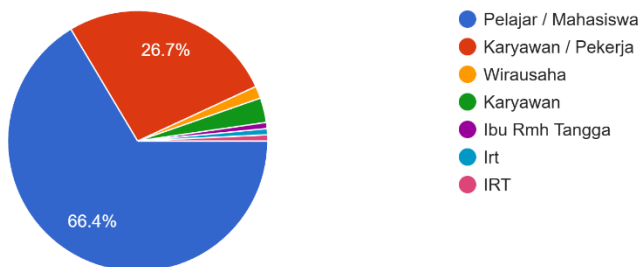
Usia
131 responses



Domisili
131 responses



Pekerjaan
131 responses





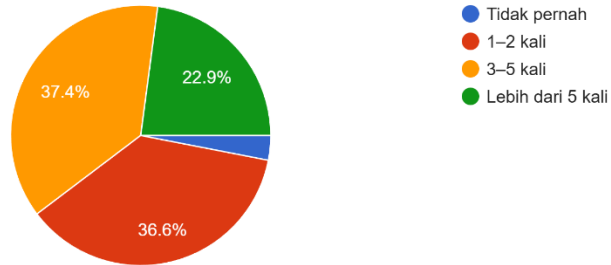
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

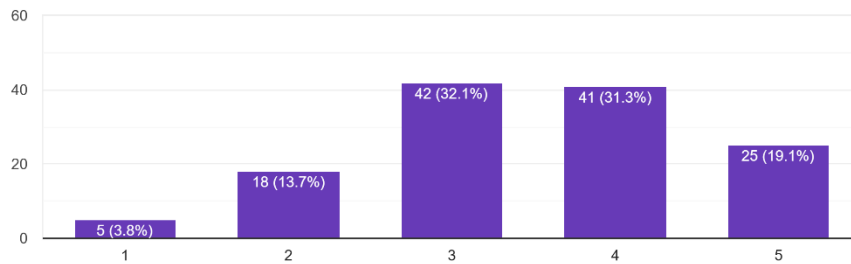
Seberapa sering Anda membeli parfum dalam 1 tahun terakhir?

131 responses



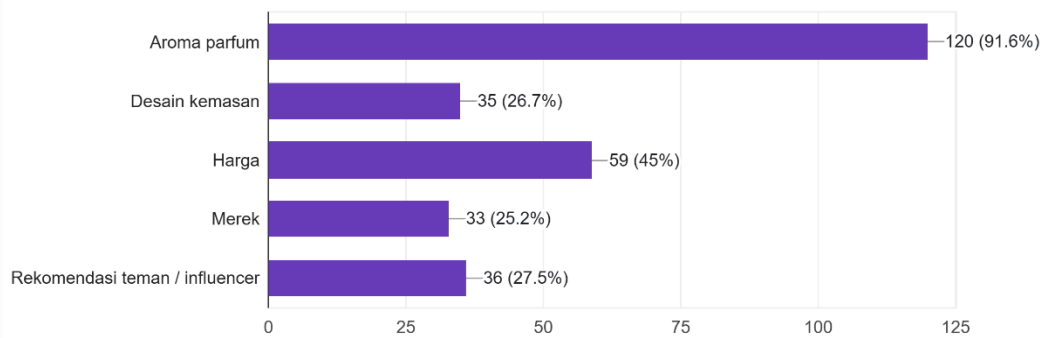
Apakah tampilan kemasan memengaruhi keputusan Anda dalam membeli parfum?

131 responses



Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda saat memilih parfum?

131 responses





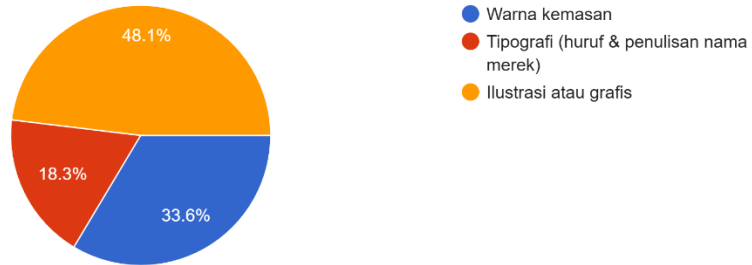
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

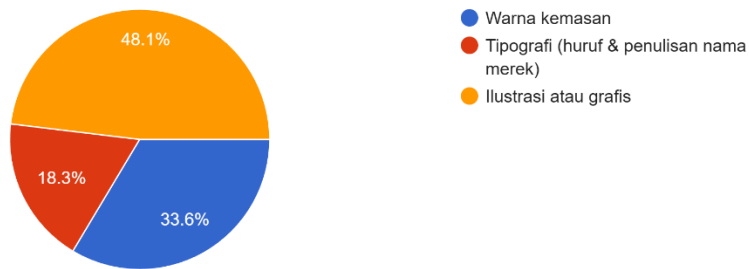
Elemen visual apa yang paling menarik perhatian Anda pada kemasan parfum?

131 responses



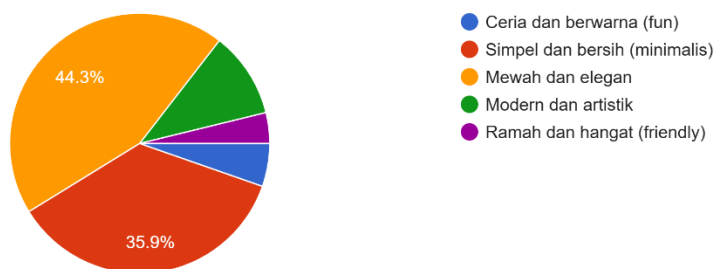
Elemen visual apa yang paling menarik perhatian Anda pada kemasan parfum?

131 responses



Gaya visual ilustrasi seperti apa yang paling membuat anda tertarik untuk produk parfum?

131 responses





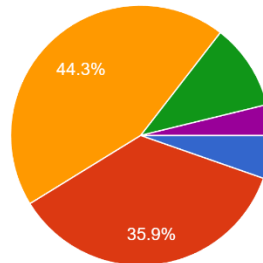
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gaya visual ilustrasi seperti apa yang paling membuat anda tertarik untuk produk parfum?

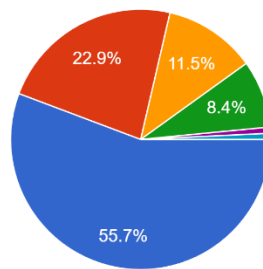
131 responses



- Ceria dan berwarna (fun)
- Simpel dan bersih (minimalis)
- Mewah dan elegan
- Modern dan artistik
- Ramah dan hangat (friendly)

Jika Anda melihat QR code di kemasan, apa yang paling Anda harapkan saat men-scan-nya?

131 responses



- Informasi produk (komposisi, cara pakai, detail aroma)
- Promo / diskon khusus
- Video atau konten visual (iklan, behind the scene, storytelling)
- Game, filter AR, atau pengalaman digital menarik
- cek keaslian produk dg ShieldTag
- blm pernah scan krn belinya selalu di counter

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

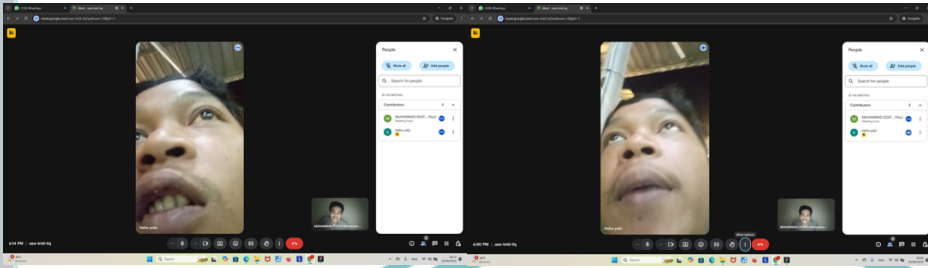


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Dokumentasi Riset

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Transkrip wawancara Testing

Penanya: Ringgit. Nih, pertanyaan nih. Pertama-tama nih, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Iya.

Penanya: Iya, oke, oke ya. Terus kedua, apakah ada kemudahan saat ditutup?

Narasumber: Mudah juga tuh.

Penanya: Mudah, siap-siap. Terus apakah kemasan memiliki kemudahan saat mengeluarkan produknya?

Narasumber: Mengeluarkan produk? Ini mudah sih, soalnya ada lidah begini kan.

Penanya: Kayak ganteng-ganteng.

Narasumber: Terus kalau mau buka ininya juga mudah. Tapi ini kayaknya agak kekecilan ya, soalnya kan ini parfum cowok enggak sih?

Penanya: Sebenarnya unisex.

Narasumber: Oh unisex. Iya. Cuma kayaknya ini terlalu kecil, jadi...

Penanya: Digedein dikit kali ya?

Narasumber: Oh, iya bisa digedein dikit lah, oke siap-siap. **Penanya:** Terus, nyaman enggak saat dibawa? Eh dipegang, dipegang, dulu dipegang. Gini?

Penanya: Heeh.

Narasumber: Nyaman dong, soalnya cuma segenggaman doang.

Penanya: Siap-siap, terus saat dibawalah. Saat dibawa? Sama aja, nyaman, nyaman?

Narasumber: Iya, nyaman.

Penanya: Terus, saat didisplay, misal didisplay di toko gitu, kira-kira bagus enggak tuh?

Narasumber: Keren sih ini, apa? Karena dia ada UV spot-nya juga, terus kan mengkilap-mengkilap gitu.

Penanya: Iya, oke, oke.

Narasumber: Menonjol gitu kan.

Penanya: Oke, siap. Terus kira-kira memberi... oh itu tadi memberi kesan udah bagus lah ya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Kesan apa dulu?

Penanya: Kesan bagus, iya saat didisplay.

Narasumber: Anggun, minimalis.

Penanya: Oke lah ya. Terus apakah visualnya menarik?

Narasumber: Visual menarik sih.

Penanya: Jujur menarik ya? Iya, siap.

Narasumber: Soalnya kayaknya enggak tahu sih, mungkin karena jarang melihat kotak parfum ya, cuma ini gua baru lihat nih yang kayak gini nih.

Penanya: Jujur, ini pertama kali di Indo nih kayaknya.

Narasumber: Keren sih ini. Ada daun-daunnya.

Penanya: Oke, lanjut. Terus, apakah kan tadi kan ini kan turnamen raya relatif minimalis elegan, ini udah mencerminkan belum kira-kira?

Narasumber: Ini sebenarnya ya minimalis elegannya oke, apa sangat tercermin lah ya, elegan juga. Kalau yang ilustratifnya sebenarnya agak ini ya... agak kurang kelihatan, soalnya ilustratif tuh bayangannya kayak gambar gitu enggak sih? Kalau ini kan, ini kayak outline gitu ya, walaupun dalam bentuk ilustrasi bunga. Cuma kalau misalnya ditanyain kesannya keluar apa enggak, mungkin belum maksimal.

Penanya: Mmm, belum maksimal, oke siap-siap, siap. Oke, terus ini yang 10 nih, kan ini kan tadi kan ini kan kesannya elegan lah ya, untuk identitas sama karakter dari si parfumnya sendiri, kira-kira udah mencerminkan belum?

Narasumber: Mencerminkan sih, kelihatan banget ini dari...

Penanya: Elegan banget ya? Jujur, jujur.

Narasumber: Elegan banget, pilihan warna dan sebagainya.

Penanya: Siap, terus selanjutnya, nih apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah sih, soalnya info-infonya ini doang kan?

Penanya: Sama yang di ini, apa? Di dalam juga ada lagi kan?

Narasumber: Di dalam juga ada lagi, heeh. Jadi kayak orang bertanya-tanya, ini QR apa sih sampai ada dua kali? Terus orang bisa langsung nge-scan karena penasaran.



© 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

Penanya: Berarti mudah ditemukan lah ya? Mudah ditemukan, siap. Terus apakah proses mengakses katalog digitalnya itu berlangsung smooth, cepat gitu?

Narasumber: Smooth, smooth, jujur.

Penanya: Tanpa hambatan ya? Tanpa hambatan, siap. Terus apakah fitur interaktif pada kemasan menambah kesan menarik enggak di pas udah buka katalog digitalnya jadi makin ih makin bagus nih ternyata?

Narasumber: Iya, jujur iya. Apa, pengen lihat-lihat kemasan yang lain, parfum yang lain.

Penanya: Oke, siap-siap, siap. Terus apakah kemasan berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas? Kan di depan tuh kayak ada yang thumbnail di depan mau lihat lagi?

Narasumber: Apakah website-nya? Oh jelas sih, terus kayak di tiap nama produknya kan juga ada detail-detail ininya ya, jadi ya cukup jelas lah. Terus pengkategorianya juga cukup detail, jadi orang kalau misalnya suka yang temanya woods, orang bisa langsung milih yang itu.

Penanya: Oke, oke, siap. Terus apakah informasi produk yang tersedia melalui katalog digital mudah dipahami?

Narasumber: Mudah dipahami.

Penanya: Oke, mudah dipahami. Terus...

Narasumber: Mungkin buat orang yang enggak ngerti parfum juga bisa langsung paham sih.

Penanya: Oke, siap-siap. Terus apakah informasi promosi dapat diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital? Itu maksudnya gimana? Yang website tadi kan?

Penanya: Iya, yang di dep... kan juga ada fitur yang verify.

Narasumber: Oh iya, heeh, sama yang ini ya, apa? Marketplace itu juga?

Penanya: Iya, marketplace.

Narasumber: Itu mudah diakses kok.

Penanya: Oke. Terus apakah elemen interaktif pada kemasan selaras enggak sama citra brand yang tadi desain katalog digitalnya selaras enggak sama...?



© 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

Narasumber: Selaras dong, kelihatan banget dari fiksi sebenarnya hitam-hitam, putih.

Penanya: Heeh. Udah 20 nih, dua lagi, dua lagi.

Narasumber: Oke, oke.

Penanya: Apakah Anda tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan secara berulang? Misalkan udah beli, terus kayak mau lihat katalog-katalog itu, tertarik enggak?

Narasumber: Jujur iya sih, maksudnya enggak perlu nge-search, tinggal ngambil kemasannya terus nge-scan. Kalau mau beli lagi, mau beli lagi habis, tinggal scan aja.

Penanya: Siap, siap, siap. Yang terakhir, apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja Anda lebih menyenangkan?

Narasumber: Menyenangkan sih, apa soalnya detail gitu, enggak kayak di marketplace kebanyakan.

Penanya: Oke, siap, oke. Makasih Faris atas bantuannya.

Narasumber: Apik.

Narasumber 2 sahnur

Penanya: Nih, Sahnur. Mau nanya nih, yang pertama-tama. Apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Menurut saya mudah sih, karena di sini ada apa namanya... kayak kunciannya gitu ya.

Penanya: Oh, iya. Heeh.

Narasumber: Jadi gampang dibuka, enggak ribet.

Penanya: Oke, siap. Yang kedua, apakah ada kemudahan saat ditutup?

Narasumber: Saat ditutup juga gampang banget, tinggal ditekan dikit langsung ngunci lagi dia.

Penanya: Oke, siap-siap. Terus yang ketiga, apakah kemasan memiliki kemudahan saat mengeluarkan produknya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Buat ngeluarin produknya juga gampang banget karena di dalamnya itu wadahnya ngepas ya sama ukuran parfumnya. Jadi pas ditarik langsung keluar, enggak seret atau gimana.

Penanya: Oke, siap-siap. Yang keempat, apakah kemasan nyaman saat dipegang?

Narasumber: Pas dipegang sih nyaman banget, pas di tangan. Ukurannya juga enggak terlalu gede, pas lah pokoknya.

Penanya: Oke, terus kalau saat dibawa-bawa gimana? Nyaman enggak?

Narasumber: Dibawa-bawa juga nyaman, masuk ke tas kecil juga kayaknya muat ini, enggak makan tempat banyak.

Penanya: Siap, siap. Terus yang keenam nih, saat didisplay—misalkan dipajang di toko gitu—kira-kira bagus enggak bentukannya?

Narasumber: Kalau dipajang di toko bakalan menarik banget sih, karena dari segi warnanya kan elegan banget ya, terus ada efek mengkilap-mengkilapnya gitu di bagian depannya. Jadi eye-catching banget lah kalau ditaruh di rak.

Penanya: Oke, berarti visualnya menarik ya? Kesannya gimana?

Narasumber: Kesannya mewah, terus apa ya... kelihatan premium gitu loh, padahal kan kita belum tahu isinya, tapi dari kemasannya udah kelihatan berkelas. Visualnya menarik banget, ada detail-detail timbulnya juga kan ini.

Penanya: Nah, kalau ngomongin kesannya nih, kan konsepnya itu ilustratif, minimalis, sama elegan. Menurut kamu, ini udah mencerminkan ketiga hal itu belum?

Narasumber: Kalau menurut saya, buat elegannya dapet banget. Minimalisnya juga dapet karena enggak terlalu banyak tulisan yang ganggu. Tapi kalau buat ilustratifnya... mmm, menurut saya agak kurang kelihatan ya. Karena di sini kan ilustrasinya kayak samar-samar gitu, warna hitam ketemu hitam atau abu-abu gelap gitu. Jadi kalau dari jauh enggak terlalu kelihatan kalau itu ada ilustrasinya. Mungkin warnanya bisa agak dibedain dikit biar ilustrasinya lebih menonjol.

Penanya: Oh, oke, oke. Berarti ilustrasinya kurang menonjol ya. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah mencerminkan karakternya?



© 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

Narasumber: Udah sih, mencerminkan banget kalau ini parfum yang karakternya tuh yang buat acara formal atau yang kesannya tuh cowok maskulin atau cewek yang independen gitu, karena warnanya kan gelap dan elegan banget.

Penanya: Oke, siap. Terus selanjutnya tentang QR code nih. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget ditemukan, karena posisinya pas kita buka kemasan langsung kelihatan kan di bagian dalam, sama ada di kartu juga kalau enggak salah. Pas di-scan juga langsung cepat masuknya, enggak ada kendala.

Penanya: Nah, pas masuk ke katalog digitalnya lewat QR code itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, smooth banget. Pas di-scan langsung nge-link ke website-nya dan loading-nya cepat, enggak lemot.

Penanya: Terus apakah fitur interaktif di katalog digitalnya itu menambah kesan menarik pas kamu buka?

Narasumber: Menarik banget, karena pas dibuka kita enggak cuma lihat gambar produk aja, tapi ada penjelasan note parfumnya, terus ada animasi atau tampilan yang interaktif gitu. Jadi seru aja pas ngelihatnya, enggak ngebosenin.

Penanya: Oke. Apakah kemasan dan fitur digitalnya berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil sih, jelas banget. Di situ langsung kelihatan produk-produk lainnya juga, terus ada informasi kalau ada promo atau diskon juga langsung kelihatan di halaman utamanya.

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digital itu mudah dipahami ya?

Narasumber: Iya, mudah dipahami banget. Bahasanya juga simpel, terus ada visualisasi dari wangi parfumnya itu kayak gimana, jadi kita bisa ngebayangkan wanginya walaupun belum nyium langsung.

Penanya: Oke, siap. Terus kalau informasi promosi atau marketplace-nya, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap?



© 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

Narasumber: Bisa, di katalog digitalnya itu langsung ada tombol buat langsung ke marketplace-nya kayak Shopee atau Tokopedia gitu. Jadi kalau kita mau beli tinggal klik langsung kelempar ke sana, cepat banget.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif pada kemasan itu selaras enggak sama citra brand-nya?

Narasumber: Selaras banget, karena brand-nya kan kesannya modern dan premium, jadi pas dikasih fitur digital kayak QR code gini jadi makin kelihatan modern dan kekinian banget.

Penanya: Nah, dua pertanyaan terakhir nih. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang? Misalkan nanti mau beli lagi atau mau lihat-lihat lagi gitu.

Narasumber: Tertarik sih, soalnya kan praktis ya. Jadi kalau parfumnya udah mau habis, tinggal scan aja dari kemasannya buat langsung order lagi, enggak usah repot-repot buka aplikasi marketplace terus ngetik nama tokonya lagi. Tinggal scan langsung beli.

Penanya: Oke, terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, menyenangkan banget dan ngebantu banget pastinya. Jadi ada pengalaman baru aja pas beli parfum, enggak cuma sekadar beli putus tapi ada interaksi digitalnya juga.

Penanya: Oke, siap. Makasih banyak ya Sahnur atas waktunya dan jawabannya.

Narasumber: Yo, sama-sama.

Narasumber 3

Penanya: Halo Raissa, mau nanya-nanya nih buat testing kemasan parfumnya. Yang pertama, apakah kemasannya memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Halo. Kalau pas dibuka sih gampang banget ya, enggak seret dan ngebukanya juga seamless gitu aja sih.

Penanya: Oke, siap. Terus yang kedua, apakah ada kemudahan saat ditutup kembali?



© 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

Narasumber: Pas ditutup juga gampang, langsung pas gitu kunciannya, jadi enggak takut kebuka-buka lagi.

Penanya: Siap, aman ya. Terus yang ketiga, apakah kemasan memiliki kemudahan saat mengeluarkan produk parfumnya?

Narasumber: Mengeluarkan produknya juga gampang banget, soalnya di dalamnya itu kayak fit banget ya sama botolnya, pas ditarik langsung keluar dan enggak gampang jatuh juga.

Penanya: Oke, siap. Yang keempat, apakah kemasannya nyaman saat dipegang?

Narasumber: Nyaman kok, ukurannya pas di tangan cewek juga, enggak kebesaran.

Penanya: Kalau saat dibawa-bawa atau travel-friendly gitu, nyaman enggak menurut kamu?

Narasumber: Nyaman sih, karena bentuknya kan kotak presisi gitu ya, jadi gampang diselipin di tas atau di pouch makeup juga masuk.

Penanya: Oke, siap-siap. Terus pas didisplay nih—misalkan dipajang di toko atau di meja rias gitu—kira-kira tampilannya bagus enggak?

Narasumber: Tampilannya bagus banget dan kelihatan estetik sih kalau dipajang, soalnya warnanya kan hitam elegan gitu, terus ada detail-detailnya yang bikin kelihatan mewah.

Penanya: Berarti visualnya menarik banget ya? Kesan apa yang paling menonjol pas kamu lihat pertama kali?

Narasumber: Iya, menarik banget. Kesannya tuh mahal, misterius, tapi tetap minimalis dan anggun gitu.

Penanya: Nah, konsep kemasan ini kan sebenarnya pengen ngebawa kesan ilustratif, minimalis, sama elegan. Menurut pandangan kamu, tiga poin itu udah tersampaikan dengan baik belum di kemasannya?

Narasumber: Kalau untuk minimalis sama elegannya, aku setuju banget itu dapet banget kelihatannya. Tapi kalau untuk poin ilustratifnya... mmm, menurutku agak kurang kelihatan ya, karena warna ilustrasi bunganya itu kan kayak hitam di atas dasar hitam atau gelap gitu ya. Jadi kalau enggak dilihat dari dekat banget atau kena cahaya, itu ilustrasinya samar banget, hampir enggak kelihatan. Mungkin kalau



© 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

dibikin agak lebih kontras sedikit warnanya, bakal lebih cantik dan kelihatan ilustrasinya.

Penanya: Oh, oke, oke. Masukan bagus nih, berarti ilustrasinya kurang kelihatan menonjol ya. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si produk parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah mencerminkan hal itu?

Narasumber: Udah mencerminkan banget sih, kelihatan kalau ini jenis parfum yang wanginya tuh bold, elegan, dan cocok banget buat dipakai ke acara formal atau malam hari gitu.

Penanya: Siap. Kita masuk ke bagian QR code ya. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget kok, pas dibuka kemasannya langsung kelihatan jelas posisinya di bagian tutup dalam sama ada di card-nya juga kan. Pas di-scan juga langsung ke-detect, enggak perlu nunggu lama.

Penanya: Nah, pas kamu ngakses katalog digitalnya lewat scan QR itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, cepat banget masuk ke halamannya, smooth dan enggak ada error sama sekali pas dibuka.

Penanya: Apakah fitur interaktif yang ada di dalam katalog digital itu menambah kesan menarik buat kamu pas lagi nyari tahu tentang produknya?

Narasumber: Menarik banget sih, soalnya tampilannya interaktif, jadi kita bisa nge-explore wangi-wangiannya, notes-nya apa aja, dan itu ngebantu banget buat ngasih gambaran tentang parfumnya jadi lebih seru aja.

Penanya: Oke. Terus apakah kemasan dan fitur digital itu berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil dan jelas banget, informasinya langsung to the point di halaman utamanya, jadi kita langsung tahu kalau lagi ada promo apa aja.

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digitalnya itu mudah dipahami ya buat orang awam?

Narasumber: Gampang banget dipahami, karena penjelasannya tuh simpel, visualnya juga bagus, jadi langsung ngerti karakteristik wangi parfumnya kayak gimana.



© 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

Penanya: Sip. Terus kalau untuk informasi promosi atau link ke marketplace-nya, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital tersebut?

Narasumber: Bisa banget, di situ langsung ada direct link-nya kan buat ke e-commerce atau marketplace buat langsung beli. Jadi jalurnya cepat banget, enggak bikin ribet konsumen.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif yang ada di kemasan ini selaras enggak sama citra atau image dari brand parfumnya sendiri?

Narasumber: Selaras banget, karena image brand-nya kan kelihatan modern, premium, dan eksklusif. Jadi dengan adanya fitur interaktif digital ini bikin brand-nya kerasa makin canggih dan up-to-date.

Penanya: Oke, dua pertanyaan terakhir ya Raissa. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang di kemudian hari?

Narasumber: Tertarik banget, apalagi kalau nanti mau repurchase atau beli varian lain, tinggal scan aja dari box-nya langsung bisa order lagi tanpa harus nyari-nyari nama tokonya lagi di aplikasi belanja. Praktis banget.

Penanya: Oke, terakhir nih. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, menyenangkan banget dan ngasih pengalaman baru yang beda aja sih dari beli parfum biasanya. Lebih seru dan sangat terbantu.

Penanya: Oke deh, siap. Makasih banyak ya Raissa atas waktu dan jawaban-jawabannya buat testing ini.

Narasumber: Iya, sama-sama.

Narasumber 4

Penanya: Oke Keysha, kita mulai ya buat wawancara testing kemasan parfumnya. Pertanyaan pertama, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Halo. Kalau menurut aku pas dibuka gampang banget ya, enggak kaku gitu pas ditarik, langsung terbuka lancar.

Penanya: Oke, bagus. Yang kedua, apakah ada kemudahan saat kemasannya ditutup kembali?



© 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

Narasumber: Pas ditutup juga gampang banget, tinggal dipasin sedikit langsung tutup rapat lagi.

Penanya: Siap, aman ya. Terus yang ketiga, apakah kemasannya memberikan kemudahan pas kita mau mengeluarkan produk parfumnya?

Narasumber: Pas ngeluarin botol parfumnya juga gampang kok, ukurannya tuh pas, jadi enggak seret pas ditarik keluar dari dalam box-nya.

Penanya: Oke. Yang keempat, apakah kemasan nyaman saat dipegang?

Narasumber: Nyaman banget dipegang, karena ukurannya kan ringkas ya, pas banget di gengaman tangan.

Penanya: Terus kalau buat dibawa-bawa atau travel-friendly, menurut kamu nyaman enggak kemasannya?

Narasumber: Nyaman juga dibawa kemana-mana, soalnya bentuknya ringkas dan kokoh gitu box-nya, jadi aman kalau ditaruh di dalam tas.

Penanya: Siap. Yang keenam nih, kalau kemasannya didisplay—misalkan dipajang di etalase toko—kira-kira tampilannya bagus enggak?

Narasumber: Bagus banget sih kalau dipajang, kelihatan mewah gitu karena warnanya kan dominan hitam elegan, terus ada finishing yang glossy atau mengkilap di beberapa bagiannya. Jadi kelihatan stand out.

Penanya: Berarti dari segi visual menarik banget ya? Kesan apa nih yang paling menonjol pas pertama kali kamu lihat?

Narasumber: Iya, visualnya menarik banget. Kesannya tuh premium, eksklusif, sama kelihatan berkelas banget sih kemasannya.

Penanya: Nah, konsep dari desain kemasan ini kan sebenarnya pengen ngebawa kesan ilustratif, minimalis, dan elegan. Menurut pandangan kamu, ketiga hal itu udah tergambar belum di kemasan ini?

Narasumber: Kalau untuk minimalis sama elegannya, aku setuju banget itu udah kelihatan banget dari pemilihan warna dan bentuknya. Tapi kalau untuk kesan ilustratifnya... jujur menurut aku agak kurang kelihatan menonjol ya. Soalnya motif ilustrasi bunganya itu kan warnanya gelap juga, hampir sama kayak warna dasar box-nya. Jadi kalau kita enggak lihat dari dekat atau enggak pas kena cahaya, ilustrasinya itu jadi samar banget, kayak enggak kelihatan ada gambarnya. Mungkin



© 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

warnanya bisa dibuat sedikit lebih kelihatan kontras biar keindahan ilustrasinya lebih keluar.

Penanya: Wah, masukan berharga banget nih, berarti bagian ilustrasinya masih kurang menonjol ya karena warnanya terlalu samar. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah bisa mencerminkan hal itu?

Narasumber: Udah mencerminkan banget sih, kelihatan dari look-nya kalau ini parfum yang karakternya tuh elegan, wangi yang dewasa, dan cocok banget buat dipakai ke acara-acara spesial gitu.

Penanya: Oke, siap. Kita masuk ke bagian fitur digital atau QR code ya. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget ditemukan, posisinya pas kita buka penutupnya langsung kelihatan jelas di bagian dalam, sama ada di kartu petunjuknya juga kan. Pas di-scan pakai HP juga langsung cepat ke-detect.

Penanya: Nah, pas kamu ngakses katalog digitalnya lewat QR code itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, cepat banget masuk ke link website-nya, smooth dan enggak ada kendala loading lama atau error.

Penanya: Apakah fitur-fitur interaktif yang ada di katalog digital itu menambah kesan menarik pas kamu lagi nyari tahu tentang produknya?

Narasumber: Iya, menarik banget, karena di dalamnya kita bisa lihat detail notes parfumnya dengan visual yang bagus, jadi seru aja pas dibaca dan dieksplor.

Penanya: Oke. Terus apakah kemasan dan fitur digitalnya berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil sih, informasinya jelas dan langsung kelihatan di halaman katalognya, jadi konsumen enggak kebingungan nyari infonya.

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digital itu gampang dipahami ya?

Narasumber: Gampang banget dipahami, penjelasannya singkat, padat, dan jelas. Visualisasinya juga ngebantu banget buat tahu ini jenis wangi yang kayak gimana.



© 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

Penanya: Sip. Terus kalau untuk informasi promosi atau link pembelian ke marketplace, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital tersebut?

Narasumber: Bisa banget, di situ langsung ada tombol yang nge-link langsung ke marketplace resminya. Jadi kalau tertarik mau beli, tinggal klik langsung kelempar ke sana, instan banget prosesnya.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif pada kemasan ini udah selaras belum sama citra atau image dari brand parfumnya sendiri?

Narasumber: Udah selaras banget, karena citra brand-nya kan pengen kelihatan modern dan premium, jadi dengan adanya integrasi ke fitur digital lewat QR code ini bikin image modern-nya makin kuat banget.

Penanya: Oke, dua pertanyaan terakhir ya Keysha. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang di kemudian hari?

Narasumber: Tertarik banget sih, soalnya itu ngebantu banget ya. Kalau nanti parfumnya udah habis dan mau beli lagi, tinggal ambil box-nya terus scan aja buat order ulang, enggak perlu repot nyari nama tokonya lagi di e-commerce.

Penanya: Oke, pertanyaan terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, jadi terasa lebih menyenangkan dan praktis banget pastinya. Ada pengalaman baru aja yang bikin beda dari kemasan parfum pada umumnya.

Penanya: Sip, mantap. Makasih banyak ya Keysha atas waktu dan jawabannya buat sesi testing ini.

Narasumber: Sama-sama.

Narasumber 5

Penanya: Halo Handika, kita mulai ya wawancaranya untuk testing kemasan parfum. Pertanyaan yang pertama, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Halo. Kalau pas dibuka sih gampang ya, aman banget, enggak keras atau bikin robek kemasannya. Pas ditarik langsung kebuka.



© 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

Penanya: Oke, bagus. Yang kedua, apakah ada kemudahan saat kemasannya ditutup kembali?

Narasumber: Pas ditutup juga gampang banget, tinggal ditekan dikit langsung presisi lagi, pas kunciannya.

Penanya: Siap, mantap. Terus yang ketiga, apakah kemasan memberikan kemudahan saat kita mau mengeluarkan produk parfum dari dalamnya?

Narasumber: Buat ngeluarin botol parfumnya juga gampang kok, enggak seret atau nyangkut. Ukuran wadah dalamnya pas banget sama botolnya, jadi tinggal ditarik langsung keluar.

Penanya: Oke, siap. Yang keempat, apakah kemasan nyaman saat dipegang?

Narasumber: Nyaman banget, ukurannya kan ringkas ya, jadi pas digenggam di tangan, enggak terlalu besar.

Penanya: Terus kalau buat dibawa-bawa atau travel-friendly, menurut kamu nyaman enggak?

Narasumber: Nyaman juga dibawa kemana-mana, soalnya bentuknya kotak padat gitu kan, jadi kokoh dan gampang diselipin di tas tanpa takut penyok.

Penanya: Siap. Yang keenam, kalau kemasannya didisplay—misalkan dipajang di etalase toko—kira-kira tampilannya bagus enggak?

Narasumber: Bagus banget sih kalau dipajang, bakal kelihatan menonjol karena dia warnanya hitam doff gitu terus dikombinasiin sama aksesoris yang mengkilap di depannya. Jadi kesannya mewah dan elegan kalau di toko.

Penanya: Berarti dari segi visual menarik banget ya? Kesan apa nih yang paling menonjol pas pertama kali kamu lihat?

Narasumber: Iya, visualnya menarik banget. Kesannya tuh premium, berkelas, sama kelihatan eksklusif banget untuk sebuah produk parfum.

Penanya: Nah, konsep dari desain kemasan ini kan sebenarnya pengen membawakan kesan ilustratif, minimalis, dan elegan. Menurut pandangan kamu, ketiga hal itu udah tergambar belum di kemasan ini?

Narasumber: Kalau untuk poin minimalis sama elegannya, menurut aku udah dapet banget dan kelihatan jelas dari bentuk serta warnanya. Tapi kalau untuk kesan ilustratifnya... jujur menurut aku agak kurang kelihatan menonjol ya. Soalnya motif



© 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

ilustrasi bunganya itu warnanya gelap juga, hampir senada sama warna dasar box-nya. Jadi kalau enggak kita lihat dari dekat banget atau kalau pencahayaannya kurang, ilustrasinya itu jadi samar banget, kayak enggak kelihatan ada polanya. Mungkin warnanya bisa dibuat sedikit lebih kontras biar detail ilustrasinya lebih keluar dan makin bagus.

Penanya: Wah, masukan berharga banget nih, berarti bagian ilustrasinya masih kurang menonjol karena warnanya terlalu samar ya. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah bisa mencerminkan hal itu?

Narasumber: Udah mencerminkan banget sih, kelihatan dari look kemasannya kalau ini parfum yang karakternya tuh elegan, maskulin atau bold, dan cocok banget buat dipakai ke acara formal atau malam hari.

Penanya: Oke, siap. Kita masuk ke bagian fitur digital atau QR code ya. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget ditemukan, posisinya pas kita buka penutupnya langsung kelihatan di bagian dalam lipatannya, sama ada di kartu petunjuknya juga kan. Pas di-scan pakai kamera HP juga langsung cepat ke-detect masuk ke link-nya.

Penanya: Nah, pas kamu ngakses katalog digitalnya lewat QR code itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, cepat banget masuk ke website katalognya, smooth dan enggak ada kendala loading lama atau error sama sekali.

Penanya: Apakah fitur-fitur interaktif yang ada di katalog digital itu menambah kesan menarik pas kamu lagi nyari tahu tentang produknya?

Narasumber: Iya, menarik banget, karena di dalam katalognya kita bisa lihat detail notes wangi parfumnya dengan visual dan animasi yang bagus, jadi seru aja pas dieksplor daripada cuma baca teks biasa.

Penanya: Oke. Terus apakah kemasan dan fitur digitalnya berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil sih, informasinya jelas dan langsung muncul di halaman awal katalognya, jadi konsumen langsung tahu kalau lagi ada promo terbaru.



© 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

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digital itu gampang dipahami ya buat orang awam?

Narasumber: Gampang banget dipahami, bahasanya simpel dan visualisasinya ngebantu banget buat ngasih gambaran ini jenis wangi yang seperti apa.

Penanya:Sip. Terus kalau untuk informasi promosi atau link pembelian ke marketplace, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital tersebut?

Narasumber: Bisa banget, di situ langsung disediakan tombol direct link yang menuju ke official store marketplace-nya. Jadi kalau kita tertarik mau beli tinggal klik langsung kelempar ke sana, instan banget prosesnya.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif pada kemasan ini udah selaras belum sama citra atau image dari brand parfumnya sendiri?

Narasumber: Udah selaras banget, karena image brand-nya kan pengen kelihatan modern dan premium, jadi dengan adanya integrasi ke fitur digital lewat QR code ini bikin kesan modern-nya makin kuat dan kekinian.

Penanya: Oke, dua pertanyaan terakhir ya Handika. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang di kemudian hari?

Narasumber: Tertarik banget sih, soalnya praktis banget ya. Kalau nanti parfumnya udah habis dan mau beli lagi, tinggal ambil box-nya terus scan aja buat order ulang tanpa harus repot nyari nama tokonya lagi di aplikasi belanja.

Penanya: Oke, pertanyaan terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, jadi terasa lebih menyenangkan, praktis, dan informatif pastinya. Ada pengalaman baru yang bikin beda dari kemasan parfum konvensional lainnya.

Penanya: Sip, mantap. Makasih banyak ya Handika atas waktu dan jawabannya buat sesi testing ini.

Narasumber:Sama-sama.

Narasumber 6



© 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

Penanya: Halo Bima, kita mulai ya wawancaranya untuk testing kemasan parfum.

Pertanyaan yang pertama, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Halo. Kalau untuk ngebukanya sih gampang ya, simpel, enggak ribet atau kesendat gitu pas ditarik ke atas.

Penanya: Oke, siap. Yang kedua, apakah ada kemudahan saat kemasannya ditutup kembali?

Narasumber: Pas ditutup juga gampang banget, tinggal dipasin dikit langsung ngunci dengan rapat lagi. Kemasannya pas.

Penanya: Siap, aman ya. Terus yang ketiga, apakah kemasan memberikan kemudahan saat kita mau mengeluarkan produk parfum dari dalamnya?

Narasumber: Buat ngeluarin botol parfumnya juga gampang kok, enggak seret atau nyangkut di dalam. Pas ditarik langsung keluar karena wadah dalamnya ngepas sama botolnya.

Penanya: Oke, siap. Yang keempat, apakah kemasan nyaman saat dipegang?

Narasumber: Nyaman banget, ukurannya kan pas ya semacam ringkas gitu, jadi digenggam pakai satu tangan pun enak banget, enggak kebesaran.

Penanya: Terus kalau buat dibawa-bawa atau travel-friendly, menurut kamu nyaman enggak?

Narasumber: Nyaman juga dibawa kemana-mana, soalnya bentuknya kan kotak presisi gitu ya, kokoh juga box-nya, jadi gampang kalau mau ditaruh di tas atau pouch travel.

Penanya: Siap. Yang keenam, kalau kemasannya didisplay—misalkan dipajang di rak toko—kira-kira tampilannya bagus enggak?

Narasumber: Bagus banget sih kalau dipajang, bakal kelihatan menonjol karena dia warnanya hitam elegan gitu terus ada aksen finishing yang mengkilap di bagian depannya. Jadi kelihatan mewah kalau ditaruh di rak toko.

Penanya: Berarti dari segi visual menarik banget ya? Kesan apa nih yang paling menonjol pas pertama kali kamu lihat?

Narasumber: Iya, visualnya menarik banget. Kesannya tuh premium, eksklusif, sama kelihatan berkelas banget sih kemasannya.



© 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

Penanya: Nah, konsep dari desain kemasan ini kan sebenarnya pengen membawakan kesan ilustratif, minimalis, dan elegan. Menurut pandangan kamu, ketiga hal itu udah tergambar belum di kemasan ini?

Narasumber: Kalau untuk poin minimalis sama elegannya, menurut aku udah dapet banget dan kelihatan jelas dari bentuk serta warnanya yang hitam itu. Tapi kalau untuk kesan ilustratifnya... jujur menurut aku agak kurang kelihatan menonjol ya. Soalnya motif ilustrasi bunganya itu warnanya gelap juga, hampir senada sama warna dasar box-nya. Jadi kalau enggak kita lihat dari dekat banget atau kalau pencahayaannya kurang terang, ilustrasinya itu jadi samar banget, kayak enggak kelihatan ada polanya. Mungkin warnanya bisa dibuat sedikit lebih kontras biar detail ilustrasinya lebih keluar dan makin estetik.

Penanya: Wah, masukan berharga banget nih, berarti bagian ilustrasinya masih kurang menonjol karena warnanya terlalu samar ya. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah bisa mencerminkan hal itu?

Narasumber: Udah mencerminkan banget sih, kelihatan dari look kemasannya kalau ini parfum yang karakternya tuh elegan, maskulin atau bold, dan cocok banget buat dipakai ke acara formal atau malam hari.

Penanya: Oke, siap. Kita masuk ke bagian fitur digital atau QR code ya. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget ditemukan, posisinya pas kita buka penutupnya langsung kelihatan di bagian dalam lipatannya, sama ada di kartu petunjuknya juga kan. Pas di-scan pakai kamera HP juga langsung cepat ke-detect masuk ke link-nya.

Penanya: Nah, pas kamu ngakses katalog digitalnya lewat QR code itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, cepat banget masuk ke website katalognya, smooth dan enggak ada kendala loading lama atau error sama sekali.

Penanya: Apakah fitur-fitur interaktif yang ada di katalog digital itu menambah kesan menarik pas kamu lagi nyari tahu tentang produknya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Iya, menarik banget, karena di dalam katalognya kita bisa lihat detail notes wangi parfumnya dengan visual yang bagus, jadi seru aja pas dieksplor daripada cuma baca teks biasa.

Penanya: Oke. Terus apakah kemasan dan fitur digitalnya berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil sih, informasinya jelas dan langsung muncul di halaman awal katalognya, jadi konsumen langsung tahu kalau lagi ada promo terbaru.

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digital itu gampang dipahami ya buat orang awam?

Narasumber: Gampang banget dipahami, bahasanya simpel dan visualisasinya ngebantu banget buat ngasih gambaran ini jenis wangi yang seperti apa.

Penanya: Sip. Terus kalau untuk informasi promosi atau link pembelian ke marketplace, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital tersebut?

Narasumber: Bisa banget, di situ langsung disediakan tombol direct link yang menuju ke official store marketplace-nya. Jadi kalau kita tertarik mau beli tinggal klik langsung kelempar ke sana, instan banget prosesnya.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif pada kemasan ini udah selaras belum sama citra atau image dari brand parfumnya sendiri?

Narasumber: Udah selaras banget, karena image brand-nya kan pengen kelihatan modern dan premium, jadi dengan adanya integrasi ke fitur digital lewat QR code ini bikin kesan modern-nya makin kuat dan kekinian.

Penanya: Oke, dua pertanyaan terakhir ya Bima. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang di kemudian hari?

Narasumber: Tertarik banget sih, soalnya praktis banget ya. Kalau nanti parfumnya udah habis dan mau beli lagi, tinggal ambil box-nya terus scan aja buat order ulang tanpa harus repot nyari nama tokonya lagi di aplikasi belanja.

Penanya: Oke, pertanyaan terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?



© 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

Narasumber: Iya, jadi terasa lebih menyenangkan, praktis, dan informatif pastinya. Ada pengalaman baru yang bikin beda dari kemasan parfum konvensional lainnya.

Penanya: Sip, mantap. Makasih banyak ya Bima atas waktu dan jawabannya buat sesi testing ini.

Narasumber: Sama-sama.

Narasumber 7

Penanya: Halo Bani, kita mulai ya wawancaranya untuk testing kemasan parfum. Pertanyaan yang pertama, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Halo. Kalau untuk dibuka sih gampang ya, simpel, enggak ada hambatan pas ditarik ke atas.

Penanya: Oke, siap. Yang kedua, apakah ada kemudahan saat kemasannya ditutup kembali?

Narasumber: Pas ditutup juga gampang banget, tinggal dipasin dikit langsung ngunci dengan rapat lagi. **Penanya:** Siap, aman ya. Terus yang ketiga, apakah kemasan memberikan kemudahan saat kita mau mengeluarkan produk parfum dari dalamnya?

Narasumber: Buat ngeluarin botol parfumnya juga gampang kok, enggak seret atau nyangkut di dalam. Pas ditarik langsung keluar karena wadah dalamnya ngepas sama botolnya.

Penanya: Oke, siap. Yang keempat, apakah kemasan nyaman saat dipegang?

Narasumber: Nyaman banget, ukurannya kan pas ya semacam ringkas gitu, jadi digenggam pakai satu tangan pun enak banget, enggak kebesaran.

Penanya: Terus kalau buat dibawa-bawa atau travel-friendly, menurut kamu nyaman enggak?

Narasumber: Nyaman juga dibawa kemana-mana, karena bentuknya kan kotak presisi gitu ya, kokoh juga box-nya, jadi gampang kalau mau ditaruh di tas atau pouch travel.



© 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

Penanya: Siap. Yang keenam, kalau kemasannya didisplay—misalkan dipajang di rak toko—kira-kira tampilannya bagus enggak?

Narasumber: Bagus banget sih kalau dipajang, bakal kelihatan menonjol karena dia warnanya hitam elegan gitu terus ada aksesoris finishing yang mengkilap di bagian depannya. Jadi kelihatan mewah kalau ditaruh di rak toko.

Penanya: Berarti dari segi visual menarik banget ya? Kesan apa nih yang paling menonjol pas pertama kali kamu lihat?

Narasumber: Iya, visualnya menarik banget. Kesannya tuh premium, eksklusif, sama kelihatan berkelas banget sih kemasannya.

Penanya: Nah, konsep dari desain kemasan ini kan sebenarnya pengen membawakan kesan ilustratif, minimalis, dan elegan. Menurut pandangan kamu, ketiga hal itu udah tergambarkan belum di kemasan ini?

Narasumber: Kalau untuk poin minimalis sama elegannya, menurut aku udah dapet banget dan kelihatan jelas dari bentuk serta warnanya yang hitam itu. Tapi kalau untuk kesan ilustratifnya... jujur menurut aku agak kurang kelihatan menonjol ya. Soalnya motif ilustrasi bunganya itu warnanya gelap juga, hampir senada sama warna dasar box-nya. Jadi kalau enggak kita lihat dari dekat banget atau kalau pencahayaannya kurang terang, ilustrasinya itu jadi samar banget, kayak enggak kelihatan ada polanya. Mungkin warnanya bisa dibuat sedikit lebih kontras biar detail ilustrasinya lebih keluar dan makin estetik.

Penanya: Wah, masukan berharga banget nih, berarti bagian ilustrasinya masih kurang menonjol karena warnanya terlalu samar ya. Terus kalau untuk identitas atau karakter dari si parfumnya sendiri, apakah kemasan ini udah bisa mencerminkan hal itu?

Narasumber: Udah mencerminkan banget sih, kelihatan dari look kemasannya kalau ini parfum yang karakternya tuh elegan, maskulin atau bold, dan cocok banget buat dipakai ke acara formal atau malam hari.

Penanya: Oke, siap. Kita masuk ke bagian fitur digital atau QR code ya. Apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai?

Narasumber: Mudah banget ditemukan, posisinya pas kita buka penutupnya langsung kelihatan di bagian dalam lipatannya, sama ada di kartu petunjuknya juga



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kan. Pas di-scan pakai kamera HP juga langsung cepat ke-detect masuk ke link-nya.

Penanya: Nah, pas kamu ngakses katalog digitalnya lewat QR code itu, prosesnya berlangsung smooth dan cepat enggak?

Narasumber: Iya, cepat banget masuk ke website katalognya, smooth dan enggak ada kendala loading lama atau error sama sekali.

Penanya: Apakah fitur-fitur interaktif yang ada di katalog digital itu menambah kesan menarik pas kamu lagi nyari tahu tentang produknya?

Narasumber: Iya, menarik banget, karena di dalam katalognya kita bisa lihat detail notes wangi parfumnya dengan visual yang bagus, jadi seru aja pas dieksplor daripada cuma baca teks biasa.

Penanya: Oke. Terus apakah kemasan dan fitur digitalnya berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas?

Narasumber: Berhasil sih, informasinya jelas dan langsung muncul di halaman awal katalognya, jadi konsumen langsung tahu kalau lagi ada promo terbaru.

Penanya: Berarti informasi produk yang tersedia di katalog digital itu gampang dipahami ya buat orang awam?

Narasumber: Gampang banget dipahami, bahasanya simpel dan visualisasinya ngebantu banget buat ngasih gambaran ini jenis wangi yang seperti apa.

Penanya: Sip. Terus kalau untuk informasi promosi atau link pembelian ke marketplace, apakah bisa diakses dengan cepat dan lengkap melalui fitur digital tersebut?

Narasumber: Bisa banget, di situ langsung disediakan tombol direct link yang menuju ke official store marketplace-nya. Jadi kalau kita tertarik mau beli tinggal klik langsung kelempar ke sana, instan banget prosesnya.

Penanya: Menurut kamu, elemen interaktif pada kemasan ini udah selaras belum sama citra atau image dari brand parfumnya sendiri?

Narasumber: Udah selaras banget, karena image brand-nya kan pengen kelihatan modern dan premium, jadi dengan adanya integrasi ke fitur digital lewat QR code ini bikin kesan modern-nya makin kuat dan kekinian.



© 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

Penanya: Oke, dua pertanyaan terakhir ya Bani. Apakah kamu tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan ini secara berulang di kemudian hari?

Narasumber: Tertarik banget sih, soalnya praktis banget ya. Kalau nanti parfumnya udah habis dan mau beli lagi, tinggal ambil box-nya terus scan aja buat order ulang tanpa harus repot nyari nama tokonya lagi di aplikasi belanja.

Penanya: Oke, pertanyaan terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja kamu jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, jadi terasa lebih menyenangkan, praktis, dan informatif pastinya. Ada pengalaman baru yang bikin beda dari kemasan parfum konvensional lainnya.

Penanya: Sip, mantap. Makasih banyak ya Bani atas waktu dan jawabannya buat sesi testing ini.

Narasumber: Sama-sama.

Narasumber 8 dry

Penanya: Oke, nih. Untuk kemudahan menutup, membuka, sama mengeluarkan produk itu kira-kira mudah atau enggak? (Dicoba nih, dicoba nih).

Narasumber: Oh, gua kira... udah. Heeh. Oh, buat kemasan bagian luarnya sama yang bagian dalamnya sama-sama mudah, enggak ada kesulitan sama sekali. Cuma agak bingungnya pas bagian atas sama bawahnya aja.

Penanya: Iya, gua juga bingung tuh.

Narasumber: Enggak boleh, ini kan punya gua.

Penanya: Hehe.

Narasumber: Enggak jelas. Terus apa lagi?

Penanya: Ah, berarti cukup mudah untuk buka tutup. Tapi ini berarti nanti bakalan merekat kan? Enggak kelepas-lepas yang ini?

Narasumber: Enggak, enggak. Kan ini udah rigid, nih. Oh. Iya enggak?

Penanya: Iya. Oke. Lanjut. Nih, apakah untuk didisplay nih kemasannya kira-kira mudah untuk didisplay enggak? Sama bagus enggak kira-kira? Misalnya didisplay di toko.



© 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

Narasumber: Heeh.

Penanya: Dia tuh mudah ditaruh enggak? Sama kesannya bagus enggak kalau didisplay di toko?

Narasumber: Mudah dan kelihatan bagus. Desainnya bagus. **Penanya:**Oke, oke.

Narasumber: Desainnya rapi, Jat. Oke. Desainnya... desainnya kompak banget.

Penanya: Iya, siap siap siap. Terus selanjutnya, apakah visualnya menarik?

Narasumber: Visualnya menarik dan benar-benar *well-made*. Kirain emang bukan hasil desain dari mahasiswa, tapi hasil produk beneran.

Penanya: Enggak, emang produk beneran, Dri. Iya, sorry. Enggak usah marah-marah. Entar kalau beres jawab semua dapat ini nih.

Narasumber: Gua kan *follow* ini, Jat.

Penanya: Terus, apakah kemasan mencerminkan konsep minimalis, ilustratif, elegan?

Narasumber: Kan gua harusnya kasih tahu dulu dong, ini kayak hasil desainnya menurut gua apa, terus sesuai apa enggak. Oh iya, iya boleh boleh silakan. Menurut gua kemasannya ketara elegannya. Tapi kalau ilustrasi... iya, tapi lebih ke arah *pattern* enggak sih? Eh, bukan *pattern* ya?

Penanya: Depan, Dri, depan. Tarik itu.

Narasumber: Coba. Gua takut menghancurkan produk lu. Terus tadi apa satu lagi?

Penanya: Ilustratif sama apa? Ilustratif, minimalis, elegan. **Narasumber:** Iya, sesuai. Sesuai banget.

Penanya: Terus, ini kan karakter Sedan nih, kayak elegan. Kira-kira udah mencerminkan karakter dari parfumnya belum?

Narasumber: Justru pas lihat kemasan, yang paling pertama terlintas itu elegannya. Bukan dari ilustrasi sama... apa tadi satu lagi?

Penanya: Minimalis. Oke, siap siap siap. Terus selanjutnya ya. Apakah... apakah QR code pada kemasan dan juga pada kartu ucapan itu mudah dilihat dan mudah dipindai? Eh, mudah ditemukan dan mudah dipindai. Yang di kartu nama sama di kemasan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Iya, mudah dipindai dan mudah ditemukan. **Penanya:** Siap, siap. Apakah proses mengakses katalog digital ini berlangsung mudah tanpa hambatan?

Narasumber: Berlangsung mudah karena tampilan pada websitenya simpel.

Penanya: Udah? Oke, enggak hambatan. Terus, nih. Apakah fitur interaktif pada kemasan menambah kesan bagus pada... ini kan udah lihat katalog digital, terus kira-kira menambah kesan bagus enggak dari kemasannya jadinya?

Narasumber: Iya, enggak enggak bikin ribet atau enggak kelihatan ditambah-tambahin sama sekali sih.

Penanya: Oke, siap siap. Terus, apakah kemasan berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas? Kan tadi ini ada thumbnail nih.

Narasumber: Heeh.

Penanya: Ini entar buat promosi. Oh, ini kan promosi. Oh, ini maksudnya? Heeh, entar ada diskon atau apa. Kira-kira udah jelas belum?

Narasumber: Oh, jadi itu buat promo? Oh, iya jelas. Karena... karena ada *call to action*-nya, sama link buat belinya juga jelas ke mana. Jadi cukup jelas.

Penanya: Terus, apakah dengan adanya katalog digital mendorong Anda untuk mengetahui produk Sedan yang lain lebih lanjut?

Narasumber: Iya, untuk buat melihat ketersediaan sama deskripsi dari produk lain sangat membantu.

Penanya: Oke. Terus nih, apakah informasi produk tentang parfumnya ya, misalkan ada varian apa gitu, itu mudah dipahami enggak?

Narasumber: Mudah dipahami buat yang suka parfum, paham.

Penanya: Oke, oke, paham paham. Terus nih, tiga lagi. Apakah elemen interaktif pada kemasan selaras enggak sama kemasannya? Desainnya? Yang tadi kan berarti?

Narasumber: Iya, katalog digital sama ini selaras enggak?

Penanya: Selaras.

Narasumber: Oke. Terus, apakah Anda tertarik untuk menggunakan fitur katalog digital secara berulang?

Penanya: Tertarik.



© 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

Narasumber: Tertarik, oke. Yang terakhir. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja Anda lebih menyenangkan?

Penanya: Iya, lebih... lebih mudah untuk mendapatkan informasinya juga.

Narasumber: Oke, terima kasih banyak ya.

Penanya: Sama-sama.

Narasumber: Berarti lu belum ada...

Narasumber 9

Penanya: Oke, mungkin dari pertanyaan-pertanyaan pertama, Angel.

Narasumber: Heeh.

Penanya: Mmm, pertanyaan pertama, apakah kemasan memiliki kemudahan saat dibuka?

Narasumber: Mudah, tapi emang kadang kunciannya kan dia lumayan rapat ya.

Penanya: Heeh.

Narasumber: Tapi ya seperti kemasan umumnya sih, bisa dibuka juga mudah kalau kita tahu gimana caranya.

Penanya: Kayaknya lewat depan aja di... ini dicongkel, bukan lewat samping. Lewat samping tadi.

Narasumber: Oh... heeh, heeh.

Penanya: Jadi kira-kira mudah atau agak-agak gimana nih? **Narasumber:** Mmm, mudah kok kalau dari depan.

Penanya: Mudah ya? Oke. Terus saat ditutup, mudah enggak saat ditutup lagi?

Narasumber: Oh, ditutup mah gampang banget. **Penanya:** Oh, gampang banget. Siap. Terus apakah kemasan memiliki kemudahan saat mengeluarkan produknya?

Narasumber: Mudah, karena dia ada pegangannya juga.

Penanya: Heeh.

Narasumber: Terus dia ada bolongannya ini.

Penanya: Heeh.

Narasumber: Jadi lebih mudah untuk mengambil produknya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penanya: Oke, siap. Terus pertanyaan selanjutnya, kemasannya apakah nyaman saat digenggam?

Narasumber: Oh, nyaman sekali. Dia sesuai dengan tangan aku.

Penanya: Oke, siap siap siap. Terus saat dibawa apakah nyaman?

Narasumber: Nyaman sih.

Penanya: Secara kecil.

Narasumber: Enak, karena soalnya dia kecil juga, dan bisa masuk kantong kayaknya.

Penanya: Kayanya ya, oke oke. Di celana. Terus, apakah kemasan mudah untuk didisplay? Kayak... nah, ditaruh gitu, ditaruh di meja.

Narasumber: Mudah sekali, dia bisa mau *landscape*, *portrait*, bisa berdiri.

Penanya: Oke, siap. Terus pertanyaan selanjutnya, apakah kemasan memiliki kesan yang bagus untuk didisplay saat di toko atau di etalase? Bagus enggak misalkan ditaruh di etalase atau toko?

Narasumber: Mungkin kalau dari jarak jauh, mengkilatnya kurang kelihatan menurut aku ya.

Penanya: Iya, iya. Oh...

Narasumber: Lebih... lebih gelap gitu.

Penanya: Heeh.

Narasumber: Cuma emang dari segi... nama mereknya sangat terlihat, dan cuma kalau emang kalau kita pegang, langsung kelihatan bentuk visual mengkilat-mengkilatnya. Tapi kalau dari jarak jauh kan kita ngelewatin toko-toko kan pasti melihatnya jaraknya jauh dong, heeh.

Penanya: Kurang...

Narasumber: Kurang kayak kelihatan, cuma logonya ini... teksturnya kurang kelihatan. Oke, siap siap.

Penanya: Terus selanjutnya, apakah visual kemasannya menarik? Misalkan dilihat langsung gitu.

Narasumber: Kalau ini sangat menarik karena dia sangat minimalis.

Penanya: Oke.



© 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

Narasumber: Dia minimalis, terus bunga-bunganya juga... sangat rapi ya secara *layout*-nya.

Penanya: Oke. Oke, selanjutnya, apakah kemasan sudah mencerminkan dari konsep yang tadi, ilustratif, minimalis, elegan? Dari tiga konsep itu. *Tone manners*-nya.

Narasumber: Oh... ilustrasinya sih, ilustratifnya mungkin dari segi-segi bunga.

Penanya: Heeh, heeh.

Narasumber: Karena kita mengincar ilustratif yang minimalis kan, ilustratif yang enggak ramai. Minimalisnya kita cari itu, itu ilustratif cuman pakai UV spot jadinya.

Narasumber: Jadi emang udah kelihatan sih ketiganya. Dia minimalis juga, ilustratifnya dibuat minimalis, sama satu lagi apa?

Penanya: Elegan.

Narasumber: Oh iya, heeh. Mungkin karena mengkilatnya jadi me... jadi elegan gitu kali ya.

Penanya: Oke, siap, oke, oke. Terus, apakah desain kemasan mencerminkan karakter... tadi kan karakternya kan elegan, sudah mencerminkan belum?

Narasumber: Sudah, sudah, sudah.

Penanya: Terus apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan dan dipindai? Apa mau coba dipindai dulu?

Narasumber: Coba aku lihat dulu ya, di... *pause* dulu.

Penanya: Oke, siap-siap.

Narasumber: Mungkin tergantung koneksi kita kali ya, kalau koneksi kita cepat mungkin gampang dan mudah untuk membuka QR-nya. Nih, langsung bisa.

Penanya: Oke, siap-siap. Terus, apakah proses mengakses katalog digitalnya itu berlangsung dengan mudah dan tanpa hambatan?

Narasumber: Tergantung koneksi lagi sih.

Penanya: Oke, tapi...

Narasumber: Tapi tadi pas dibuka lewat HP-mu aman-aman aja sih dan bagus.

Penanya: Oke, siap. Terus, apakah proses mengakses katalog digitalnya... eh, udah ini. Nah, terus apakah fitur interaktif pada kemasan menambah kesan menarik?



© 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

Narasumber: Yang tadi ya?

Penanya: Iya, yang pas di katalog, pas buka katalog digital terus lihat kemasannya lagi kayak eh jadi makin menarik enggak nih brand-nya?

Narasumber: Iya, jadi menarik. Dan sebenarnya berharapnya sih desiannya bisa beda-beda ya.

Penanya: Oh, desain ini...

Narasumber: Menyesuaikan dengan parfumnya ya kalau aku bilang.

Penanya: Oke, oke, oke.

Narasumber: Biar maksudnya kelihatan, ini rasa apa. Soalnya kan di websitenya tadi ada kategorinya nih floral gitu-gitu. Mungkin dari kategori itu bisa menyesuaikan lagi dengan kemasannya, itu sih.

Penanya: Oke, siap siap siap. Terus apakah kemasan Seda berhasil menyampaikan informasi produk dengan jelas di katalog digitalnya?

Narasumber: Oh, sangat jelas. Karena pas dibuka pun tadi salah satu parfumnya terdapat langsung penjelasannya ya.

Penanya: Heeh, heeh. Terus, apakah dengan adanya katalog digital mendorong untuk mencari tahu lebih lanjut tentang produk-produk Seda?

Narasumber: Mmm, iya saya jadi pengen tahu harganya berapa. Makanya tadi buka Shopee-nya langsung.

Penanya: Oke. Terus apakah informasi yang tersedia melalui katalog digital mudah dipahami?

Narasumber: Oh, sangat mudah buat orang-orang yang seperti saya.

Penanya: Heeh, wkwk. Oke, oke. Terus, apakah informasi promosi dapat diakses dengan mudah? Kan di depan tuh kayak ada thumbnail tadi tuh, yang gede.

Narasumber: Yang mana?

Penanya: Coba kita lihat lagi ya, klik ya. Nah, ini, ini entar buat promosi entar. Ini kan cuman buat dummy.

Narasumber: Oh...

Penanya: Ini mudah enggak kira-kira ditaruh dan dimengerti ya?

Narasumber: Mudah kok, langsung kebuka juga, heeh.



© 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

Penanya: Oke, oke. Ke mana nih? Oke. Terus apakah informasi promosi... eh, udah ya. Apakah elemen interaktif pada kemasan selaras enggak sama citra brand-nya? Jadi desain katalog digitalnya ini selaras enggak sama desain kemasannya dan citra brand-nya tadi, elegan?

Narasumber: Selaras, karena tadi dilihat dari websitenya sangat elegan, minimalis, terus dia mungkin dari segi ilustrasinya memang menurutku mau yang disampaikan informasinya lebih dijelaskan ya. Ilustrasinya mungkin enggak terlalu terlihat... seperti yang ada nih.

Penanya: Oh iya?

Narasumber: Iya. Oh iya, tapi yang aku lihat dari sini, websitenya ini pengen lebih menjelaskan informasi mengenai produk, makanya dibuat minimalis desainnya. Anjay, keren.

Penanya: Keren, siap-siap. Terus apakah Anda tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan Seda secara berulang?

Narasumber: Eh, fitur yang website tadi? Oh sangat, heeh. Karena kalau aku ada duit, aku bakal beli banyak.

Penanya: Oke, siap-siap. Nih, *last question* ya.

Narasumber: Oke.

Penanya: Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja jadi lebih menyenangkan?

Narasumber: Oh iya, heeh, jadi lebih mudah ya karena langsung semua ada penjelasannya dan gampang untuk dicari-cari mau parfum apa.

Penanya: Oke, makasih Angel atas penjelasannya.

Narasumber: Oke, sama-sama.

Narasumber 10

Penanya: Ini. Menurut Anda, untuk membuka, menutup, sama mengeluarkan produk itu mudah atau tidak? (Silakan dicoba).

Narasumber: Mudah.

Penanya: Mudah semua?



© 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

Narasumber: Mudah semua.

Penanya: Terus, kira-kira untuk kenyamanan... eh, untuk kemasannya nyaman tidak kalau digenggam sama dibawa?

Narasumber: Nyaman. Nyaman. Kalau ini boleh begini tidak? Boleh...

Penanya: Sebentar dulu, sebentar dulu.

Narasumber: Oh, ya sudah. Sudah nyaman. Heeh.

Penanya: Terus kira-kira nih kemasannya mudah didisplay tidak kalau ditaruh begitu? Terus kalau didisplay kesannya bagus tidak kalau di etalase atau di toko?

Narasumber: Bagus, tapi ini kok kayak kekecilan atau bagaimana ya? Agak kekecilan ininya ya?

Penanya: Iya tidak apa-apa.

Narasumber: Masa kalau didisplay begitu, kan didisplay nih agak jauh gitu, namanya wadah ini ya, masa agak gede dikit gitu ininya, terutama ini. Ini apa ininya gitu. Ini kan ininya kan, apa sih namanya? Jenisnya kan ini?

Penanya: Iya.

Narasumber: Misalkan Lavender begitu-begitu kan?

Penanya: Bukan, itu jenis parfumnya saja.

Narasumber: Oh, ini bukan tipe Lavender begitu-begitu ya ininya? Oh, kenapa tidak ini, ada tulisannya, jadi kan orang kan kayak sama semua kan ininya? Ketika orang itu, jadi dia tidak buka-buka, "Ah, ini yang Lavender ya? Ini yang ini ya?" begitu. Jadi dia tahu, "Oh, ini yang Lavender, ini yang apa sih? Natural, ini yang apa lah itu macam-macam." Jadi orang... masalahnya ini jualannya di toko online.

Penanya: Ya kan ketika *eye-catching* kan orang begini, "Oh, ini saya apa nih pesanannya? Lavender. Oh, ya Lavender," begitu. Berarti kan... dia itu cuma mau satu kemasan saja buat semuanya. Kan dia itu ada 22.

Narasumber: Iya, oh begitu.

Penanya: Minimal kan cetak 1.000. Sekali cetak itu 4 juta. Kalau dikali 22 saja sudah berapa puluh juta? Ini kan UMKM, eh lokal, bukan UMKM, lokal.

Narasumber: Oh, begitu ya. Ya tidak bisa, ya tidak bisa kalau begitu. Ya, akan memakan biaya ya?

Penanya: Iya.



© 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

Narasumber: Oh, ya sudah. Kalau begitu dikasih apa begitu, logo, yang "Oh, ini Lavender, ini apa," begitu maksudnya.

Penanya: Oh, iya iya.

Narasumber: Ya, dia sendiri pakai stiker apa begitu stikernya, jadi menggampangkan... iya, konsumennya menggampangkan juga, misal karyawannya, misalkan ribuan pesannya kan, "Ah, masa buka satu-satu begitu?" begitu. Kecuali dia online itu tidak ada ininya ya, masing-masing di botol sendiri begitu sendiri, itu baru entar dimasukkan di *packing-packing* baru.

Penanya: Ya sudah, ya memang masih botol tapi ya sudah.

Narasumber: Itu dah.

Penanya: Ya sudah. Terus... sebentar dulu. Untuk visual kemasan, apakah menarik?

Narasumber: Menarik. Menarik.

Penanya: Menarik. Terus, ini kan konsepnya nih minimalis, ilustratif, sama elegan. Kira-kira sudah mencerminkan belum?

Narasumber: Ilustratif ya? Simpel. Apa ya? Ada yang kurang begitu kayaknya. Apa itu? (tertawa). Kalau ini mah sudahlah ya, begitu. Tapi bisa tulisannya sih, menurut saya agak kekecilan begitu.

Penanya: Iya, iya, ya sudah.

Narasumber: Heeh, sudah.

Penanya: Itu konsepnya minimalis, ilustratif, elegannya sudah dapat belum?

Narasumber: Sudah, heeh, sudah. Ya tulisannya ya, heeh, kurang...

Penanya: Terus, ini kan brand-nya ini kan karakternya elegan. Kira-kira sudah dapat belum?

Narasumber: Iya, dari ininya sih, kayak kesannya apa sih ya? Hitam begitu ya, terus bagaimana begitu ya, eleganlah ini mah.

Penanya: Oke, terus ini sudah selesai, sekarang yang tadi di HP itu. Nih, apakah QR code pada kemasan mudah ditemukan?

Narasumber: Ini? Iya, saya tidak tahu, saya tadi tidak buka-buka. Kagok. Tapi mudah ditemukan tidak? Ya ada di situnya.

Penanya: Terus, apakah QR code pada *thank you card* mudah ditemukan juga?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Ini di sini? Harusnya kenapa tidak begini gituloh. **Penanya:** Ini dari dosen, dosennya maunya begitu.

Narasumber: Oh, maksudnya kan orang langsung... ini langsung begini langsung...

Penanya: Iya, saya juga maunya begitu.

Narasumber: Tuh langsung *ting* ketemu. Emang maunya begitu, ya sudah nanti saya coba tanyakan lagi deh. Oh, coba maksudnya orang langsung, "Oh, thank you." Kenapa dia mesti bolak-balik dulu begitu? Oh, apa memang begini? Tapi kan lucu, masa begini dia begini?

Penanya: Itu kan depannya ini ceritanya. Ya sudah itu nanti saja itu dulu. Terus, apakah proses menggunakan katalog digitalnya tadi mudah?

Narasumber: Mudah.

Penanya: Ah, oke. Terus, apakah dengan adanya katalog tadi menambahkan kesan menarik secara visual di kemasannya?

Narasumber: Menarik. Tapi simpel banget ya?

Penanya: Yang mana?

Narasumber: Itu visualnya cuma segitu doang begitu?

Penanya: Iya, kan memang buat informasi bukan buat hiasan.

Narasumber: Ya, menarik, sudah simpel.

Penanya: Terus, apakah kemasan berhasil menyampaikan informasi promosi dengan jelas? Yang tadi di katalog.

Narasumber: Ah tidak, orang saya apa sih, "Ini warna apa? Ini apa? Lavender itu apa?" begitu. Ini kan umum doang. Kecuali kalau ada keterangannya, "Oh, ini yang Lavender, ini yang..." Kan katalog kan tadi kan botolnya kayak begitu kan, misalnya ini yang Sega atau apa lah begitu.

Penanya: Bukan, yang di sini nih. Sebentar, mana tadi ya. Sebentar saya jeda dulu. Apa?

Narasumber: Iya.

Penanya: Oke. Terus nih, apakah dengan adanya katalog digital mendorong Anda untuk mencari tahu lebih tentang produk? Dengan adanya katalog tadi, kira-kira Anda menjadi mau tahu lebih tidak tentang produk-produknya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Iya, harusnya ini... apa ya? Ini misalkan rasa apa, natural, begitu. Natural itu apa begitu ya? Ini apa? Ini apa? Bagaimana sih kondisinya apa, komposisinya...

Penanya: Nih, dengan adanya... nih, nih, dengan adanya katalog digital, apakah mendorong Anda untuk tahu lebih banyak tentang produk? Katalog digital yang tadi.

Narasumber: Iya, kan keterangannya cuma begitu doang kan? Ini, ini, ini, 50 mili, *buy*, begitu doang kan? Tidak ada apa sih, "Oh, ini apa sih," menurut saya kayak ada histori, historinya. "Oh, ini misalnya apa?" Misalkan kayak natural, natural ini begini, gini, gini, ada apa historinya begitu dah. Apa sih namanya? Kayak begitu-begitu.

Penanya: Iya, ada itu di *view detail*-nya. Anda kan harus pakai kaca mata tadi katanya.

Narasumber: Oh, begitu?

Penanya: Iya, ada itu. (tertawa). Ya sudah, kalau ada mah. Terus, apakah informasi produk yang tersedia melalui katalog mudah dipahami? Yang tadi yang *view detail*. Kalau di *view detail* itu ada apa-apanya loh.

Narasumber: Ya sudah kalau ada. Saya kan tadi tidak pakai kaca mata, karena kekecilan banget tulisannya.

Penanya: Iya, kan Anda harus pakai kaca mata tadi. Terus, apakah informasi promosi dapat diakses... eh ini tidak usah deh. Ini lanjut ya. Apakah elemen interaktif pada kemasan terasa selaras dengan citra brand? Ininya apa... ini kan desainnya kayak begini.

Narasumber: Heeh.

Penanya: Terus sama yang tadi di katalog, selaras tidak?

Narasumber: Ini luar doang?

Penanya: Bukan, bentar dulu. Ini kan sama ininya lah, begini kan. Ini dari sananya ini?

Penanya: Bukan, saya yang bikin.

Narasumber: Oh, Anda yang bikin?

Penanya: Heeh.



© 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

Narasumber: Ininya okelah begitu, ini...

Penanya: Tidak tidak, ini tidak usah dikomentari, ini doang sama yang tadi. Itu satu tema tidak sama yang tadi sama katalognya? Ini luar ini sama katalog, dalamnya tidak usah. (tertawa). Kenapa? Ya sudah itu, sudah. Kagak. Tidak, ini bukan pekerjaan saya kalau ini mah. Oh, bukan tugas saya. Bukan tugas saya, tugas saya mah buat yang ini. Iya, saya bikin, cuma bukan tugas saya. Tugas saya ya bikin yang ini. Oh, ya sudah, oke. Satu tema tidak? Satu tema dah. Enggak, beneran satu tema tidak? Iya, sudah satu tema, iya. **Penanya:** Ini dua lagi nih. Apakah Anda tertarik untuk menggunakan fitur interaktif pada kemasan? Fitur-fitur apa? Itu yang tadi, katalog digitalnya. Anda kira-kira misalkan habis beli, ingin Anda pakai tidak? Fiturnya? Iya. Katalog digitalnya?

Narasumber: Iya, karena untuk informasi, dipakailah.

Penanya: Oke, oke. Ini terakhir nih. Apakah fitur interaktif pada kemasan membuat pengalaman berbelanja Anda lebih menyenangkan?

Narasumber: Iya, cuma informatifnya mau dicoba kayak bagaimana sih lebih informatifnya. Dari brand-nya, masukkan saja deh. Iya dari brand, pastikan karena sebagian muslim orang Indonesia itu muslim, apa... pasti harus ada halalnya. Kandungannya...

Penanya: Kan alkohol mah tidak apa-apa kalau kena kulit.

Narasumber: Ya, kali saja kan ya tidak apa-apa juga kalau misalkan orang yang awam kan, "Ini parfum..."

Penanya: Ribet saja, parfum sudah halal ya? Memang parfum mana sih yang tidak ada halalnya?

Narasumber: Ya tidak tahu, pokoknya sudah itu masukkan. Suka-suka, masukkan. (tertawa). Dan itu kalau bisa tuh yang apa... pakai bahasa Inggris, ada bahasa Indonesianya, begitu. Jadi orang paham, "Oh, oh, iya iya," begitu jadi jelas ininya.

Penanya: Sudah?

Narasumber: Sudah.

Penanya: Sudah itu? Ya sudah, terima kasih.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 LogBook

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

Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	September 26, 2025	1. revisi judul " perancangan kemasan sekunder interaktif untuk parfum brand seda sebagai media promosi " 2. ceritakan tentang fenomena 3. sebagai media promosi 4. kemasan interaktif 5. masalah klien 6. solusi perancangan sbg pencerahan masalah klien
Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan		Done	October 17, 2025	1. pentingnya kemasan untuk parfum 2. solusi kenapa butuh interaktif
Bimbingan ke-3	Bab 2 Landasan Perancangan		Done	October 10, 2025	1. tambahkan poin kemasan interaktif 2. poin material tambahan art carton 3. wawancara untuk profil klien dan kuesioner untuk fitur interaktif
Bimbingan ke-4	Bab 3 Metode Perancangan		Done	October 25, 2025	- tambah di bab 2 kemasan sebagai media promosi - teknik pengumpulan data tambah survey - tambahkan semua nama varian di product knowledge
Bimbingan ke-5			Not started	November 1, 2025	- lanjutkan bab 3 dengan draft pertanyaan
Bimbingan ke-6			Not started	November 7, 2025	Tambahkan pertanyaan untuk disimpulkan menjadi tone n manner
Bimbingan ke-7			Not started	November 14, 2025	Tambahkan responden di rentang usia 25-30 dan pekerja
Bimbingan ke-8			Not started	November 22, 2025	Tambahkan data angka/persentase di consumer insight
Bimbingan ke-9			Not started	November 28, 2025	- product knowledge tambahkan foto kemasan primer - consumer insight untuk elemen desain urutannya disesuaikan hasil kuesioner - positioning tambahkan untuk varian produk - revisi weakness - revisi strategi dari opportunity
Bimbingan ke-23			Not started	July 2, 2026	tanda tangan laporan tugas akhir
Bimbingan ke-22			Not started	July 1, 2026	turnitin serta finalisasi
Bimbingan ke-21			Not started	June 30, 2026	revisi bab 4
Bimbingan ke-20			Not started	June 29, 2026	finalisasi laporan dan penulisan
Bimbingan ke-19			Not started	June 21, 2026	bab 5
Bimbingan ke-18			Not started	July 8, 2026	media turunan
Bimbingan ke-17			Not started	April 24, 2026	testing kemasan
Bimbingan ke-16			Not started	April 10, 2026	cetak kemasan prototype
Bimbingan ke-15			Not started	April 2, 2026	• desain terpilih • 3d mock up
Bimbingan ke-14			Not started	March 13, 2026	• sketsa surface • desain komprehensif
Bimbingan ke-13			Not started	March 6, 2026	• sketsa manual • prototype struktur
Bimbingan ke-12			Not started	February 27, 2026	• moldboard visual dan moodboard struktur • sketsa struktur
Bimbingan ke-11			Not started	February 20, 2026	Mindmapping dan revisi sempro
Bimbingan ke-13			Not started		
Bimbingan ke-10		Analisis SWOT Creative Brief	Not started	December 8, 2025	- Hilangkan identitas visual SWOT - buat kesimpulan SWOT point - Ganti painting jadi ilustratif di cretive brief - Cari key message - Ganti Infografis jadi E-Catalog



Lampiran 6 Turnitin

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144744527

PAPER NAME

Revisi 2_DG8C_Muhammad Izzata_Peran
cangan Ulang Desain Kemasan Sekunder
Interaktif Untuk Parfum Brand "Seda" se
bagai Media.pdf

WORD COUNT

16754 Words

CHARACTER COUNT

102598 Characters

PAGE COUNT

93 Pages

FILE SIZE

1.5MB

SUBMISSION DATE

Jul 2, 2026 2:48 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 2, 2026 2:49 PM GMT+7

● 3% Overall Similarity

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

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

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

JAKARTA



Hak Cipta :

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

Lampiran 7 Riwayat Hidup



Muhammad Izzata

Graphic Designer

☎ 082118012261
✉ muhammad.izzata.tgp22@mhs.wpnj.ac.id
📌 linkedin.com/in/muhammad-izzata-84623033b/
📍 Depok, Cipayang

SUMMARY

Muhammad Izzata is a graphic designer who started his creative journey in 2019 and is currently studying graphic design at Politeknik Negeri Jakarta. Experienced in photo manipulation, layout design, 3D concepts, motion graphics, and cinematic video production, he is proficient in software such as Adobe Photoshop, Illustrator, Premiere Pro, After Effects, Figma, 3DS Max and Blender. With his attention to detail and creativity, Muhammad is ready to help bring your ideas to life with effective and engaging design solutions.

Portfolio : <https://bit.ly/Portofoliozz>

EXPERIENCE

- | | |
|---|-------------------|
| Intern Graphic Design
PT. Samafitro ➤ | 02/2025 - 07/2025 |
| <ul style="list-style-type: none">• Creating packaging designs• Creating 3D modeling• Creating motion designs• Creating packaging designs | |
| Graphic Designer
Kalim | 09/2023 - 09/2025 |
| <ul style="list-style-type: none">• Leader Team Design ensure all necessary designs for the company• making advertisements, starting from conceptualizing the direction of the advertisement, making the advertisement itself and also editing the advertisement into the final result in the form of a video or an illustration.• create flyer designs, posters, banners, inscriptions and all designs needed for the company. | |
| Event Organizer
Spartan ➤ | 05/2024 - 08/2024 |
| <ul style="list-style-type: none">• Organizing the basketball competition such as preparing the court, coordinating with the referee, ensuring the necessary tools are available.• Ensure the sound system and similar tools are running as desired such as guitar, bass, piano and other musical instruments. | |
| Event Organizer
Craft ➤ | 04/2024 - 07/2024 |
| <ul style="list-style-type: none">• liaison between the organizer and participants or invited guests• Ensure the sound system and similar tools are running as desired such as guitar, bass, piano and other musical instruments.• create design concepts for the stage and venue | |
| Graphic Designer
APATIS ➤ | 04/2023 - 09/2023 |
| <ul style="list-style-type: none">• Design Feed Instagram• Editing Video After Movie• Design Poster | |



© 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

Graphic Designer
Perusahaan kontraktor perumahan Ar royyan
02/2023 - 05/2023

- Design Feed Instagram (make some quotes)
- Design Merch
- Video Editing

Graphic Designer
Bersama Meraki ↗
06/2021 - 07/2022

- Team Leader Design. Manage all design Team Ensure the design does what it needs to do
- Design Feed, Story and Reels Instagram Bersama Meraki
- Design Motion Graphic
- Design Internal

Humas Desain Publikasi
Education Festival ↗
09/2019 - 02/2020

- Design Motion Graphic (videotron, countdown, and other design)
- Bumper Opening Video Video Education Festival
- Operator Videotron
- Design Slide Sponsorship for cooperation with company
- Design Slide event presenter

Graphic Designer
OSIS SMAIT AL KAHFI ↗
08/2019 - 09/2020

- Design Slide Event internal
- Design Feed and Snapgram Instagram an other Social Media
- Design Motion Graphic For Education Festival (Bumper, Web, Countdown and other motion graphic need)

EDUCATION

Desain Grafis
Politeknik Negeri Jakarta - Diploma IV
08/2022 - Present

Bahasa
MA IT - High School
08/2018 - 09/2021

SKILLS

Blender	Intermediate	Adobe Illustrator	Advanced
Davinci Resolve	Basic	Adobe Photoshop	Advanced
3DS MAX	Intermediate		
Figma	Advanced	Teamwork	
Adobe Audition	Intermediate	Critical Thinking	
Adobe InDesign	Intermediate	Time Management	
Adobe Premiere Pro	Intermediate	Problem Solving	
Adobe After Effect	Intermediate		

LANGUAGES

Indonesia	Native	English	Intermediate
-----------	--------	---------	--------------