



© 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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN KEMASAN UMKM DAPUR MBAK GHINA SEBAGAI MEDIA *BRANDING*



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
ANWAR FAUJI
2206421027

**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 mengumunkan 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 Kemasan UMKM Dapur Mbak Ghina
Sebagai Media *Branding*
Penulis : Anwar Fauji
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 08 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP. 199805142025062012



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN KEMASAN UMKM DAPUR MBAK GHINA
SEBAGAI MEDIA *BRANDING***

Oleh:

Anwar Fauji
2206421027

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji 1

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019

Penguji 2

Dwi Agnes Natalia Bangun, S. Ds., M.Ds
NIP. 199005112019032019

Kepala Program Studi

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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika dan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN KEMASAN UMKM DAPUR MBAK GHINA SEBAGAI MEDIA *BRANDING*

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.

Jakarta, 08 Juli, 2026
Yang menyatakan,



Anwar Fauji
NIM. 2206421027



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, sehingga diperlukan strategi *branding* yang mampu membedakan suatu usaha dari kompetitornya. Salah satu media yang dapat mendukung *branding* adalah kemasan, yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual kepada konsumen. Dapur Mbak Ghina merupakan usaha kuliner rumahan yang masih menggunakan kemasan sederhana sehingga belum optimal dalam melindungi produk dan merepresentasikan identitas merek. Penelitian ini bertujuan merancang desain kemasan yang mampu memperkuat identitas visual dan karakter merek Dapur Mbak Ghina. Metode yang digunakan adalah *mix methods*, yaitu kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha dan penyebaran kuesioner kepada calon konsumen. Data kemudian dianalisis menggunakan metode *SWOT* dan dikembangkan melalui pendekatan *design thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil penelitian berupa perancangan kemasan *lunch box* dengan konsep visual *homey* dan modern. Konsep ini diwujudkan melalui ilustrasi keluarga yang sedang menikmati hidangan bersama, penggunaan warna-warna hangat, tipografi *sans serif*, serta tata letak yang sederhana dan informatif. Kemasan juga dirancang dengan struktur yang praktis dan mudah diproduksi. Perancangan ini menghasilkan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media *branding* yang mendukung penguatan identitas merek dan citra usaha Dapur Mbak Ghina.

Kata kunci: desain kemasan, *mix-methods*, *branding*, kuliner, Dapur Mbak Ghina.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The rapid growth of the culinary industry has intensified competition among businesses, making effective branding strategies essential to differentiate a business from its competitors. Packaging is one of the media that supports branding, serving not only as product protection but also as a means of visual communication with consumers. Dapur Mbak Ghina is a home-based culinary business that still uses simple packaging, which has not yet optimally protected its products or represented its brand identity. This study aims to design packaging that strengthens the visual identity and brand character of Dapur Mbak Ghina. The research employed a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods. Data were collected through interviews with the business owner and questionnaires distributed to prospective consumers. The data were analyzed using the SWOT analysis method and further developed through the design thinking approach, which consists of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages. The result of this study is the design of a lunch box package based on a homey and modern visual concept. This concept is reflected through illustrations of a family enjoying meals together, the use of warm color palettes, sans-serif typography, and a simple yet informative layout. The packaging is also designed with a practical structure that is easy to manufacture. The final design functions not only as product protection but also as a branding medium that reinforces the brand identity and business image of Dapur Mbak Ghina.

Keywords: *packaging design, mixed methods, branding, culinary, Dapur Mbak Ghina.*



Hak Cipta :

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

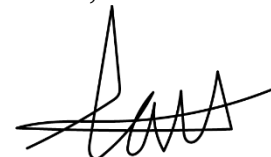
PRAKATA

Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala senantiasa dipanjatkan atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain Kemasan UMKM Dapur Mbak Ghina sebagai Media *Branding*” dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Selama penyusunan laporan ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, terutama kedua orang tua yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T, M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S. Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds, selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing, memberi pengarahan hingga akhir
5. Ibu Ghina Salsabila selaku owner dari Dapur Mbak Ghina yang telah membantu untuk memberikan data untuk kebutuhan laporan ini.
6. Teman-teman Program Studi Desain Grafis, khususnya teman teman dari kelas DG A

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 08 Juli 2026



Anwar Fauji



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 <i>Branding</i>	8
2.1.1 Fungsi <i>Branding</i>	8
2.1.2 Jenis-jenis <i>Branding</i>	9
2.1.3 <i>Branding</i> pada Kemasan.....	9
2.2 Kemasan	10
2.2.1 Fungsi Kemasan.....	11
2.2.2 Jenis-Jenis Kemasan	12
2.2.3 Struktur Kemasan	14
2.2.4 Material Kemasan Karton.....	17
2.3 Elemen Desain Kemasan.....	20
2.3.1 Logo	20
2.3.2 Warna.....	22
2.3.3 Tipografi	27



Hak Cipta :

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

2.3.4 Ilustrasi atau Gambar	31
2.3.5 <i>Layout</i> dan Komposisi Visual.....	31
2.3.6 Prinsip Desain Komunikasi Visual	32
2.4 Metode Perancangan	34
BAB 3 METODE PERANCANGAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.1.1 Tahapan <i>Design thinking</i>	37
3.2 Data dan Analisis.....	38
3.2.1 Profil Klien	39
3.2.2 <i>Product knowledge</i>	41
3.2.3 <i>Target audience</i>	42
3.2.4 Kompetitor	43
3.2.5 <i>Consumer insight</i>	46
3.2.6 Analisis SWOT.....	51
3.3 Arahkan Kreatif.....	53
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Konsep Visual	56
4.1.1 <i>Mind map</i>	57
4.1.2 <i>Moodboard</i>	58
4.2 Proses Desain	61
4.2.1 Sketsa Struktur Kemasan.....	61
4.2.2 Sketsa Manual.....	65
4.2.3 Desain Komprehensif	71
4.2.4 Desain Terpilih	75
4.2.5 <i>Technical Drawing</i>	78
4.2.6 <i>Prototype</i>	79
4.2.7 Testing	80
4.2.8 <i>Final Artwork</i>	82
4.3 Media Pendukung.....	91
4.4 Pertimbangan Produksi.....	93
BAB 5 PENUTUP	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Saran.....	96



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR REFERENSI	97
LAMPIRAN	110



Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kemasan	10
Gambar 2.2 Contoh Kemasan Primer	12
Gambar 2.3 Contoh Kemasan Sekunder	13
Gambar 2.4 Contoh Kemasan Tersier	13
Gambar 2.5 Kunci Kemasan <i>Straight Tuck End</i>	14
Gambar 2.6 Kunci Kemasan <i>Reverse Tuck End</i>	15
Gambar 2.7 Kunci Kemasan <i>Full Overlap Seal End</i>	15
Gambar 2.8 Kunci Kemasan <i>Snap Lock Bottom</i>	16
Gambar 2.9 Kunci Kemasan <i>Auto Lock Bottom</i>	16
Gambar 2.10 Kunci Kemasan <i>Sliding Model</i>	17
Gambar 2.11 Kunci Kemasan <i>One Piece Tray</i>	17
Gambar 2.12 Material Duplex	18
Gambar 2.13 Material Kertas Karton <i>Ivory</i>	19
Gambar 2.14 Material Art Karton	20
Gambar 2.15 <i>Logotype</i>	21
Gambar 2.16 <i>Logogram</i>	21
Gambar 2.17 Warna Merah pada Kemasan	23
Gambar 2.18 Warna Jingga pada Kemasan	23
Gambar 2.19 Warna Kuning pada Kemasan	24
Gambar 2.20 Warna Hijau pada Kemasan	25
Gambar 2.21 Warna Biru pada Kemasan	25
Gambar 2.22 Warna Ungu pada Kemasan	26
Gambar 2.23 Warna Cokelat pada Kemasan	26
Gambar 2.24 Warna Hitam pada Kemasan	27
Gambar 2.25 Warna Putih pada Kemasan	27
Gambar 2.26 Penerapan Tipografi <i>Serif</i> pada Kemasan	28
Gambar 2.27 Penerapan Tipografi <i>Sans serif</i>	29
Gambar 2.28 Penerapan Tipografi <i>Script</i> pada Kemasan	30
Gambar 2.29 Penerapan Tipografi <i>Decorative</i> pada Kemasan	30
Gambar 2.30 Tahapan <i>Design thinking</i>	35
Gambar 3.1 Logo Dapur Mbak Ghina	39
Gambar 3.2 Kemasan Dapur Mbak Ghina Saat Ini	41
Gambar 3.3 <i>Instagram</i> Kompetitor MamiRasa	43
Gambar 3.4 <i>Instagram</i> Kompetitor Catering Misiani	44
Gambar 3.5 <i>Instagram</i> Kompetitor Catering Melati	45
Gambar 4.1 <i>Mind map</i>	57
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Struktur	59
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Surface	60
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif Struktur 1	62
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif Struktur 2	63
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 1	65
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 2	66
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 3	67



© 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

Gambar 4.9 Sketsa Alternatif 4.....	69
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif 5.....	70
Gambar 4.11 Desain Komprehensif 1.....	72
Gambar 4.12 Desain Komprehensif 2.....	73
Gambar 4.13 Desain Komprehensif 3.....	74
Gambar 4.14 Desain Terpilih.....	76
Gambar 4.15 <i>Technical drawing</i> Kemasan.....	78
Gambar 4.16 <i>Mockup</i> Digital.....	79
Gambar 4.17 <i>Mockup</i> Cetak.....	80
Gambar 4.18 FAW.....	82
Gambar 4.19 <i>Before After</i> Bagian Bawah pada Depan Kemasan.....	83
Gambar 4.20 Perubahan Warna Setelah Testing.....	84
Gambar 4.21 Palet Warna Yang Digunakan.....	85
Gambar 4.22 <i>Font Baloo 2</i> dan <i>Poppins</i>	86
Gambar 4.23 Ilustrasi Makan Keluarga.....	87
Gambar 4.24 Supergrafis Makanan Nusantara.....	88
Gambar 4.25 Kemasan <i>Box catering</i> Ukuran 20 (kiri) dan Ukuran 23 (kanan) ...	91
Gambar 4.26 <i>mockup Box catering</i>	91
Gambar 4.27 Thankyou Card.....	92
Gambar 4.28 Sticker Pack.....	93



Hak Cipta :

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

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT.....	28
Tabel 3.2 <i>Creative brief</i>	56
Tabel 4.1 Tabel Kata Kunci Mindmap.....	59
Tabel 4.2 Tabel Hasil Testing.....	88





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 dengan Owner Dapur Mbak Ghina dan Testing
- Lampiran 2 Hasil *Survey* Melalui Kuesioner *Gform*
- Lampiran 3 Dokumentasi Riset
- Lampiran 4 Logbook Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 5 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia, dengan jumlah mencapai 57 juta unit usaha (Kementerian UMKM R, 2024). Di antara berbagai sektor UMKM, industri makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, yaitu sebesar 5,53 persen pada triwulan II-2024 dan menjadi penyumbang terbesar PDB industri pengolahan nonmigas sebesar 40,33% (Putra, 2024). Pesatnya perkembangan sektor kuliner ini mendorong tingginya persaingan antar pelaku usaha, sehingga UMKM tidak hanya dituntut menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga mampu membangun identitas merek yang kuat agar dapat bersaing dan menarik perhatian konsumen.

Namun demikian, meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam membangun usaha, salah satunya adalah keterbatasan dalam mengembangkan strategi pemasaran terutama dalam hal membangun *branding* (Asir, 2025), terlebih karena persaingan antar usaha kuliner semakin sengit, sehingga perlu ada perbedaan yang jelas pada produk yang ditawarkan (Rosmayati, 2025). Dalam upaya untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif, UMKM harus memperhatikan visual produk serta *branding* mereka (Ayuwardani et al., 2025). Seperti halnya kemasan yang menjadi cara awal berkomunikasi antara produk dan konsumen. Unsur-unsur seperti warna, bentuk, gambar, dan jenis huruf bisa memberikan informasi penting tentang produk, seperti kualitasnya, keuntungannya, dan ciri khas merek tersebut (Siregar & Lumbantobing, 2025).

Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk secara fisik, tetapi juga berperan penting sebagai sarana pemasaran dan komunikasi yang mampu menarik minat konsumen serta memperkuat *brand awareness* (Tutiasri et al., 2025). Selain itu, desain kemasan yang profesional dan menarik mampu menciptakan kesan positif yang memperkuat kepercayaan konsumen pada produk, yang pada



© 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

akhirnya berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian (Chyntia et al., 2025).

Namun, dalam praktiknya masih ada UMKM yang masih menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan desain kemasan mereka. Contohnya adalah Dapur Mbak Ghina, sebuah usaha kuliner rumahan yang berlokasi di Jalan Karang Wismo No. 1–3, Surabaya, yang memproduksi makanan khas Nusantara autentik dengan cita rasa yang digemari konsumennya. Dapur Mbak Ghina mulai beroperasi sejak 1 Oktober 2023 melalui pesanan *online* via *WhatsApp* dengan sistem *pre-order*, usaha ini berkembang pada 1 April 2025, dengan membuka toko *offline* yang tetap mempertahankan sistem *pre-order* untuk menjaga kesegaran produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Dapur Mbak Ghina, kemasan produk yang digunakan saat ini masih terbilang sederhana, kurang optimal dalam melindungi produk, serta belum mampu merepresentasikan karakter merek secara kuat sehingga tampilannya kurang menarik di mata calon pembeli. Apabila perancangan kemasan ini tidak dilakukan, kondisi tersebut dapat menyebabkan identitas produk sulit dikenali dan diingat oleh konsumen, sehingga produk menjadi kurang memiliki daya saing dibandingkan kompetitor yang telah menggunakan kemasan lebih menarik dan profesional. Dalam jangka panjang, hal ini berpotensi menghambat pertumbuhan penjualan serta mengurangi peluang usaha untuk berkembang lebih luas di pasar. Kondisi tersebut juga menjadi salah satu faktor yang membuat Dapur Mbak Ghina masih tertinggal dibandingkan para kompetitornya yang telah memiliki kemasan lebih menarik dan mampu membangun citra merek yang kuat di mata konsumen.

Penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa produk UMKM membutuhkan desain kemasan yang menarik karena kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam tampilan produk (Erlyana, 2018). Desain kemasan yang dirancang dengan baik tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen, tetapi juga meningkatkan persepsi kualitas serta nilai suatu produk. Selain berfungsi sebagai wadah, kemasan juga berperan sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan informasi, menggambarkan karakter produk, dan mendukung upaya pemasaran.



© 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

Berdasarkan penelitian Hendrayani & Manihuruk (2020), konsumen cenderung lebih tertarik pada produk dengan tampilan visual yang menarik, seperti penggunaan warna, bentuk, ilustrasi, dan nama merek. Oleh sebab itu, diperlukan perancangan desain kemasan yang mampu membedakan produk tersebut di pasaran, bersaing dengan produk sejenis, dan meningkatkan minat beli konsumen.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Bob Foster et al (2021) yang menunjukkan bahwa desain kemasan dan *branding* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan citra merek, yang mana data ini diperoleh berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 120 responden. Wulandari et al (2025) juga menambahkan bahwa desain kemasan yang menarik dan informatif dapat menjadi strategi efektif dalam membangun merek, meningkatkan *brand awareness*, dan membuat produk lebih unggul di pasar. Selain itu, Kurniawan & Sawitri (2024) menyebutkan bahwa desain kemasan yang menarik dan memiliki *branding* bisa membantu konsumen untuk membeli produk berulang kali, bahkan jika harganya lebih mahal.

Melihat masalah dan berbagai penelitian tersebut, diperlukan perancangan desain kemasan yang lebih menarik dan mampu membangun citra merek yang kuat. Desain kemasan tidak hanya harus berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjaga kualitasnya agar tetap optimal. Selain itu, kemasan diharapkan dapat menjadi sarana komunikasi visual yang efektif sehingga produk lebih mudah dikenali, diingat oleh masyarakat, dan mampu meningkatkan nilai jual merek di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain kemasan Dapur Mbak Ghina yang mampu merepresentasikan karakter brand serta memperkuat identitas *branding* di benak konsumen?
2. Bagaimana menerapkan teori *branding* dan teori kemasan dalam proses perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Bagaimana merancang desain kemasan yang mampu melindungi produk Dapur Mbak Ghina

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunannya, ditentukan ruang lingkup pembahasan pada perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina, yaitu sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain kemasan nasi kotak dan *lunch box* untuk Dapur Mbak Ghina dengan menggunakan material *ivory* dan duplex sebagai bahan utama kemasan, sesuai kebutuhan fungsional dan visual produk.
2. Penerapan prinsip serta elemen-elemen teori desain grafis yang didukung oleh teori *branding* dan kemasan untuk mengembangkan identitas visual kemasan yang koheren, mudah dikenali, serta mampu menyampaikan pesan *brand* secara efektif.
3. Implementasi rancangan kemasan Dapur Mbak Ghina ke media utama serta media pendukung atau turunan yang sudah ditentukan seperti kemasan *box catering*, *thank you card*, dan stiker

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

1. Merancang desain kemasan Dapur Mbak Ghina yang mampu merepresentasikan karakter perusahaan dan memperkuat *branding*.
2. Menerapkan teori *branding* dan teori kemasan sebagai dasar dalam proses perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina.
3. Merancang desain kemasan yang mampu melindungi produk Dapur Mbak Ghina

1.4.2 Manfaat

1. Manfaat teoritis

Penelitian perancangan kemasan sebagai media *branding* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang desain komunikasi visual, terutama terkait penerapan elemen



Hak Cipta :

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

dan prinsip desain grafis pada kemasan produk makanan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas peran kemasan dalam membangun identitas merek dan meningkatkan daya tarik visual produk UMKM.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi klien (Dapur Mbak Ghina), hasil penelitian ini dapat membantu menghasilkan desain kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media *branding* yang efektif dalam memperkuat karakter dan nilai merek. Desain yang menarik dan komunikatif diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas merek, serta memperluas jangkauan pasar. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana penerapan teori desain komunikasi visual dalam konteks nyata serta memperdalam pemahaman terhadap proses perancangan berbasis kebutuhan dan permasalahan di lapangan. Selain itu, bagi desainer dan pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dalam mengembangkan kemasan yang kreatif, fungsional, dan efektif sebagai media *branding* untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

1.5 Sistematika Penulisan

Dibutuhkan sistematika penulisan dalam penyusunan perancangan tugas akhir untuk menggambarkan secara garis besar perancangan desain kemasan yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas dasar-dasar perancangan kemasan sebagai alat *branding* untuk Dapur Mbak Ghina, yang berlandaskan pada isu, fenomena, serta situasi ideal



© 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

dan nyata di masyarakat. Selain itu, bab ini juga memuat perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan, serta manfaat.

BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN

Pada bagian ini, disajikan ulasan mengenai beberapa teori yang menjadi dasar dalam perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina. Teori-teori tersebut mencakup konsep *branding* serta teori kemasan. Ketiganya berperan penting sebagai landasan perancangan dalam penelitian ini.

BAB 3 METODE PERANCANGAN

Pada bagian ini dibahas proses perancangan yang mencakup profil klien, metode riset, analisis data, serta arahan kreatif. Penelitian ini menggunakan metode *mix-methods* yang dilakukan melalui wawancara kepada owner Dapur Mbak Ghina dan penyebaran kuesioner kepada responden yang mewakili target pasar. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh data yang bersifat objektif dan terukur mengenai preferensi serta persepsi konsumen terhadap desain kemasan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil dari proses kreatif dalam perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina. Uraian diawali dengan tahap pengembangan konsep melalui penyusunan *mind mapping* untuk mengidentifikasi dan memetakan kata kunci yang menjadi dasar perancangan. Selanjutnya, kata kunci tersebut divisualisasikan ke dalam *moodboard* sebagai acuan arah visual, kemudian dikembangkan melalui pembuatan sketsa kasar untuk mengeksplorasi berbagai alternatif desain. Tahap berikutnya meliputi penyusunan desain digital komprehensif, pelaksanaan *testing*, , *final artwork*, serta penerapannya pada berbagai media pendukung guna menciptakan identitas visual yang konsisten.

BAB 5 PENUTUP

Bab terakhir memuat kesimpulan yang diperoleh dari seluruh perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran yang

diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi pengembangan desain kemasan maupun penelitian sejenis pada masa mendatang.



© 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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 5 PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan kemasan UMKM Dapur Mbak Ghina sebagai media *branding*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan desain kemasan Dapur Mbak Ghina menghasilkan identitas visual yang lebih sesuai dengan karakter brand sebagai usaha kuliner rumahan. Konsep "Serasa Makan di Rumah" diterapkan melalui penggunaan ilustrasi makan keluarga bergaya *flat design*, warna merah sebagai warna dominan, tipografi yang sederhana dan mudah dibaca, serta tata letak yang minimalis. Identitas visual tersebut diterapkan secara konsisten pada media utama berupa kemasan maupun media pendukung sehingga membentuk kesatuan visual yang mampu merepresentasikan karakter Dapur Mbak Ghina. Dengan demikian, desain yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memperkuat *branding* dan meningkatkan kemudahan konsumen dalam mengenali merek.
2. Proses perancangan dilakukan dengan menerapkan teori *branding* dan teori kemasan sebagai dasar pengembangan desain. Perancangan diawali dengan pengumpulan data, analisis permasalahan, pengembangan konsep, pembuatan alternatif desain, evaluasi, hingga finalisasi desain yang disesuaikan dengan kebutuhan. Penerapan teori *branding* diwujudkan melalui pembentukan identitas visual yang konsisten, sedangkan teori kemasan diterapkan dalam pemilihan struktur, elemen visual pada kemasan hingga material sehingga menghasilkan desain yang komunikatif sekaligus fungsional.
3. Perancangan desain kemasan mampu memberikan perlindungan yang lebih baik terhadap produk Dapur Mbak Ghina melalui penggunaan struktur kemasan berbahan kertas *ivory* 250 gsm dengan sistem kunci *tab and slot* tanpa perekat. Berdasarkan hasil *testing* kepada responden, kemasan dinilai



Hak Cipta :

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

cukup kokoh, mampu menjaga produk tetap stabil selama penyimpanan dan dibawa, serta memberikan rasa aman terhadap isi produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai masukan bagi pihak klien serta sebagai referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1. Berdasarkan hasil penelitian, Dapur Mbak Ghina disarankan untuk menerapkan desain kemasan yang telah dirancang secara konsisten sebagai identitas visual merek pada produk. Selain berfungsi sebagai pelindung makanan, kemasan diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat *branding*, serta memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Penggunaan elemen visual yang konsisten, seperti logo, warna, ilustrasi, dan tipografi, juga perlu dipertahankan pada berbagai media pendukung agar tercipta *branding* yang kuat dan mudah dikenali.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian serupa dengan mengkaji peran desain kemasan sebagai media *branding*, serta menguji efektivitasnya terhadap minat beli, loyalitas konsumen di pasar. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi penggunaan material kemasan yang lebih ramah lingkungan tanpa mengurangi fungsi perlindungan produk maupun kualitas visual desain.



Hak Cipta :

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

- Achmadi, E. R. (2023). Strategies Managing Smart Packaging For Food Application. *Journal of Food and Agricultural Product*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.32585/jfap.v3i1.3593>
- Adha, W. N. (2019). Tanggapan Dalam Pemahaman Informasi Pada Gambar Ilustrasi Di Instagram. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jip.v6i4.301-310>
- Agustin, S. N., & Mulyadi, D. (2024). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v2i4.2011>
- Agustin, S. N., & Mulyadi, D. (2025). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 23(2).
- Alifah, T., Qeis, M. I., & Zaharani, Y. (2024). Perancangan buku ilustrasi serial mengenai benda luar angkasa sebagai media edukasi alam. *Cipta*, 2(3), 348–356. <https://doi.org/10.30998/cipta.v2i3.2800>
- Amir, S., Syaputra, E. A., Syamsuddin, F., & Putri, H. R. D. (2022). Branding Produk Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Produk Kerajinan Khas Kalimantan Di Pasar Inpres Kebun Sayur. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/33364/14680>



Hak Cipta :

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

- Amri, L. H. A., Muchtar, E., & Pradipta, I. Z. (2021). Accordance Of The Quality Of 250 Gram Ivory Carton Packing Based On Indonesian National Standard (Sni) Duplex Carton. *KREATOR*, 2(1).
<https://doi.org/10.46961/kreator.v3i2.295>
- Anggarini, A. (2021). *Layout Desain Publikasi: Eksplorasi Teks dan Gambar*. Press PNJ. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/>
- Asir, M. (2025). Edukasi Branding Produk Lokal Sebagai Strategi Pemasaran Berkelanjutan Bagi UMKM. *Communnity Development Journal*, 6(3), 4775–4779.
- Aulia, R., Swasty, W., & Eka Nastiti, N. (2025). Penerapan Prinsip Desain pada Kemasan Oleh-Oleh Makanan Bandung. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 10(1), 117–131. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v10i1.4354>
- Auliah, A. S. (2025). Perancangan Desain Kemasan Produk Umkm Batik Smalb Siswa Budhi. *Jurnal Barik*, 6(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i3.65798>
- Ayuwardani, M., Alhafhizd, A., Kamal, M. D., Febrian, R. W., & Wibowo, S. (2025). Mengkomunikasi Visual Bisniskan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 315–323. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/japm.v3i1.3949>
- Bainuri, Z. H., & Bachtiar, W. (2025). Analisis Prinsip Desain Visual Pada Instagram @KOMINFOBOGOR Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Publik. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 102–117.
<https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8230>



Hak Cipta :

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

Bangun, D. A. N., Maheni, Mrr. T., Anggarini, A., Ramadanti, M. D., Arbianti, D., & Shafiyah, D. F. (2025). Penerapan Konsep Eco-Friendly Pada Kemasan Kain Ecoprint Zee Collection. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 8(02), 172–188. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v8.i02.a9702>

Bangun, D. A. N., Maheni, Mrr. T., Chairunnisa, A., Pramesti, R. D., Fajrina, N., Anggarini, A., Susilawati, & Andriyanto. (2024). Perancangan Desain Kemasan Ayam Frozen Savanna Laweh Untuk Meningkatkan Nilai Jual Makanan Tradisional. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(02), 247–263. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i02.a8256>

Bhaskara Gautama, I. M., & Rahmani Putri, D. (2019). Perancangan Label Kemasan Aneka Kue dan Banner Sebagai Media Promosi. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 1(2), 14–20. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v1i2.44>

Bob Foster, Fitriani Reyta, Muhamad Deni Johansyah, Bernadetha Nadeak, & Elfrida Sormin. (2021). Peranan Desain Kemasan dan Branding dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *JURNAL ComunitÃ Servizio : Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, terkhusus bidang Teknologi, Kewirausahaan dan Sosial Kemasyarakatan*, 3(1), 518–525. <https://doi.org/10.33541/cs.v3i1.2898>

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>



Hak Cipta :

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

Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., Pratama, A. A., & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 698–704. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.207>

Dawami, A. K. (2017). Logo sebagai Komunikasi Visual dari Identitas Organisasi Difabel Tuli. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 1(02), 133–141. <https://doi.org/10.61344/magenta.v1i02.14>

Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>

Devi, S. C., & Muallimah, H. (2019). Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Borondong Majalaya. *Kreatif(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif)*, 01(01). <https://journalkreatif.utb-univ.ac.id/index.php/files/article/view/9/10>

Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 2(01), 9–13. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.150>

Dwiputra, Y. K., & Aryani, T. N. (2021). Analisis Pengaruh Ilustrasi Pada Kemasan “Kemripik” Terhadap Minat Beli Alumni Sma Pl Servasius Bekasi. *TUTURRUPA*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3114>

Eiseman, L. (2017). *Expert Color Information For Professional Results*. Rockport.



Hak Cipta :

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

Elsyaf, N. S., & Imanto, T. (2026). Penerapan Prinsip Desain Perancangan Buku Kuliner Masakan Nusantara. *Scientica Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 490–501.

Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi ‘Mpo Romlah. *National Conference of Creative Industry*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>

Erlyana, Y., & Ressiani. (2020). *Basics of Packaging; Belajar Kemas Kemasan*. Graha Ilmu.

Everlin, S., & Yosephine, C. (2018). Analisis Desain Kemasan Yogurt Drink “Cimory.” *JURNAL TITIK IMAJI*, 1(2). <https://doi.org/10.30813/v1i2.1413>

Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>

Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24036/011085220>

Fitria, Y., & Darmanto, R. V. (2023). Analisis Visual Perubahan Tipografi pada Logotype Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 806–816. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8060013>



Hak Cipta :

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

Gopinathar, Prabha, & Ravichandran. (2016). The Role of Packaging in Manufacturing – A Brief Understanding. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(12), 01–07.

Gunawan, M., & Hidayat, H. (2022). Peluang Dan Potensi Berbisnis Stiker. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(2), 403–421. <https://doi.org/10.25170/wpm.v14i2.4174>

Gurning, L. R. (2023). Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan Penjualan. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 7(02), 1101–1111. <https://doi.org/10.61344/magenta.v7i02.106>

Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2026). Psikologi Warna Dalam Kehidupan Sehari-Hari: Pengaruh Warna Terhadap Emosi, Persepsi, Dan Perilaku Konsumen. *PSIKIS : Jurnal Ilmu Psikiatri dan Psikologi*, 1(1).

Hartanto, M. I., Negara, I. N. S., & Aryanto, H. (2015). Perancangan Corporate Identity Galileo Jaya Motor Surabaya. *Jurnal DKV Adiwama Universitas Kristen Petra*, 1(6). <https://media.neliti.com/media/publications/87049-ID-none.pdf>

Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i1.8338>

Israr, A. A., & Kamariah, N. (2023). Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru Pada Umkm Warcok. *ADMIT: Jurnal*



Hak Cipta :

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

Administrasi Terapan, 1(2), 204–222.

<https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.2357>

Julianti, S. (2024). *A Practical Guide to Folding Cartons*. Gramedia Pustaka Utama.

Juuna, M. O. L., & Nugroho, S. H. (2023). Perancangan Desain Kemasan Produk Bundling Dengan Konsep Giftbox Untuk Milkyours Dessert Bar. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL TETAMEKRAF*, 2.

KementerianUMKM R, K. (2024). Kementerian UMKM dibentuk untuk mendukung UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional. *Kementerian UMKM Republik Indonesia*. <https://umkm.go.id/profil/sejarah>

Kurniawan, B., & Sawitri, D. K. (2024). Design Branding Kemasan pada UMKM Herbal Lestari Sebagai Strategi Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.12703666>

Lameng, Y. B. V. (2024). Analisis Kesesuaian Warna Minuman Teh Kemasan(Studi Kasus Kemasan Nu Green TeaRasa Madu). *JURNAL VISUAL IDEAS*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33197/visualideas.vol4.iss1.2024.1502>

Listya, A., & Dawami, A. K. (2018). Perancangan Logo Organisasi Forum Komunikasi Masyarakat Peduli Difabel (FKMPD) Klaten. *Jurnal Desain*, 5(02), 61. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v5i02.2195>

Munchamimnna, Nuzulul, & Krismawati, E. (2023). Perancangan Dan Implementasi Aplikasi Edukasi Mental Health Menggunakan Metode



Hak Cipta :

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

Design Thinking. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(2), 103–113.
<https://doi.org/10.61942/msj.v1i2.19>

Nardo, R., Yuliana, L., & Ratnasari, K. (2024). *Branding Strategy Di Era Digital*. EUREKA MEDIA AKSARA.

Novitasari, L., Dinanti, F., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Desain Kemasan Dan Brand Image Kopi Good Day Versi Special Edition Indonesia Banyak Rasa Terhadap Minat Beli Konsumen. *JURNAL ADAT-Jurnal Seni*, 5(1).
[https://jurnaladat.or.id/public/full_paper/Jurnal%20Adat%20\(09-16\)%20-%20PENGARUH%20DESAIN%20KEMASAN%20DAN%20BRAND%20IMAGE%20KOPI%20GOOD%20DAY.pdf](https://jurnaladat.or.id/public/full_paper/Jurnal%20Adat%20(09-16)%20-%20PENGARUH%20DESAIN%20KEMASAN%20DAN%20BRAND%20IMAGE%20KOPI%20GOOD%20DAY.pdf)

Nugraha, M., Ponadi, & Zahra, N. N. (2021). Analysis Of Duplex Cartons Quality Available In The Market. *KREATOR*, 4(2).
<https://doi.org/10.46961/kreator.v4i2.312>

Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang*, (2).

Nur Fadiah, S. & Satriadi. (2024). Peran Warna Dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo. *Paratiwi: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26858/p.v3i2.62470>

Odillia, L., & Nusantara, O. V. A. (2025). Eksplorasi strategi visual dalam branding produk skincare lokal melalui desain kemasan minimalis. *Jurnal Desain*, 13(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/jd.v13i2.834>

Permatasari, E. I., Rahmadiano, S. A., & Sukmaraga, A. A. (2021). Perancangan Logo Dan Desain Kemasan Cookye Cookies Sebagai Identitas Visual.



Hak Cipta :

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

Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi, 2(1), 43–53.
<https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.116>

Pramesti, R. D., Anggarini, A., & Salma, L. (2023). Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1).
<https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/sniv/article/download/429/446>

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

Purwanti, R., & Cahyani, A. (2026). Pendampingan Desain Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Pada UMKM Serua Berdaya. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 5(2), 1673–1686.
<https://doi.org/10.59025/1mx9zv93>

Putra, H. R. (2024). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen, Beri Sumbangan Terbesar ke PDB. *TEMPO*.
<https://www.tempo.co/ekonomi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-53-persen-beri-sumbangan-terbesar-ke-pdb--12737>

Radithya Kanta, I. M. D., & Artayasa, I. N. (2022). Analisis Tipografi Pada Logo Sprite. *Jurnal Penalaran Riset*, 01(2), 130–134.

Rahayu, H. (2024). Perancangan Identitas Visual UMKM Bidang Kuliner “Bu Naf” di Yogyakarta: Upaya Menyintas Pasca Pandemi. *DeKaVe*, 17(1), 110–124.
<https://doi.org/10.24821/dkv.v17i1.12644>



Hak Cipta :

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

Ramdhani, A. (2024). Pengenalan Dan Peningkatan Kompetensi Pembuatan Kemasan Standing Pouch Untuk Siswa Dkv Smk N 1 Dukuhturi. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 04(03).

Rimbawan, A. (2024). Rebranding Desain Kemasan Amenities Villa San Di Ubud Untuk Memperkuat Identitas Visual Dalam Upaya Memberikan Pengalaman Menarik Bagi Pengunjung. *Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA)*, 7, 248–257.

Rosmayati, I. (2025). Analisis Peluang Bisnis Kuliner Dalam Mendorong Daya Saing UMKM di Kabupaten Garut. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v2i4.6406>

Ruba, E., Latief, S., & Amalisa, L. (2024). Penekanan Prinsip Kesatuan (Unity Principle) bentuk pada bangunan bermassa di kawasan agrowisata Pango-Pango Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Arsitektur Sulapa*.

Salam, S. (2017). *Seni Ilustrasi: Esensi-Sang Iluslator-Lintasan-Penilaian*. Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar.

Sari, N. P., Akkili, V. A., & Muryeti, M. (2024). Penerapan jaringan syaraf tiruan untuk menentukan elemen desain kemasan Numany rempeyek berbasis kansei engineering. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 18(3), 742–752. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agrointek.v18i3.21790>

Setiadi, T., & Nurmana, A. H. B. (2023). Implementasi Desain Digital Kreatif Untuk Branding Produk Berbasis Mobile Untuk Pelaku Umkm Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11961–11969. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.20639>



Hak Cipta :

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

Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3739>

Siregar, R. P., & Lumbantobing, R. (2025). Analisis Pesan Desain Pada Kemasan Produk Makanan. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1). <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1805/1625>

Sjaerodji, Y. S. (2025). Ekspresi Visual pada Kemasan Produk Lokal dalam Gaya Khas Komunikasi suatu Brand sebagai instrument yang mempengaruhi Pembelian Impulsif. *EDUTECH*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/e.v24i2.82216>

Sugilar, A. P., Soegoto, E. S., Wahdiniwaty, R., Sumitra, D., & Bachtiar, A. M. (2025). Analisis Komparatif Desain Kemasan Produk Sabun Batang Jenama Fragrande Pasar Domestik Dan Ekspor Berdasarkan Elemen Visual Pada Teori Desain Kemasan. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, (2).

Sulistiono, S., Mulyana, M., & Firmansyah, M. F. (2020). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87–94. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.512>

Susilawati. (2021). Analisis Proses Peningkatan Omset Layanan Jasa Melalui Strategi Branding. *UNIVERSITAS PARAMADINA*, 1–26.

Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of*



Hak Cipta :

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

Computer Science and Visual Communication Design, 8(2), 322–332.

<https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>

Tjandra, S. J., & Yuwono, E. C. (2022). Perbandingan Teori Dan Praktik Perancangan Desain Grafis Pada Proyek Internship Di Studio Grafis. *Jurnal DKV Adiwarna*.

Tutiasri, R. P., Kusuma, Y. B., Wahyuningtyas, D., Malkan, I., Ilmi, B., Fauzi, R. M., & Syarrafah, M. (2025). *Inovasi Rebranding Dan Pengemasan Pada Umkm Kerupuk Kedelai Berkah: Meningkatkan Identitas Produk Dan Daya Saing Pasar*. 07(01).

Ulita, N. (2017). Kajian Visual Warna Pada Kesenian Muturuk Mentawai. *NARADA, Jurnal Desain & Seni*, 259–273.

Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.

Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

Widodo, A. C., & Wahyuni, E. G. (2021). Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi. *Automata*.



Hak Cipta :

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

Wijaya, V., Chandra, E., & Rustan, S. (2021). Perancangan Ulang Kemasan Makanan untuk Sebuah Restoran Cepat Saji. *Jurnal Rupaka*, 4(1).

Wisudawan, M. A., & Fauzi, M. I. (2025). Perancangan Desain Kemasan “Bayu Snack And Cake” Dengan Pendekatan Ergonomi Dan Estetika Sebagai Media Promosi. *WARNA RUPA Journal of Visual Communication Design*, 5, 1–94.

Wulandari, C., Sholihah, Z., Failany, M. A., Imamsyah, M. A., Utomo, F. N., & Tamyiz, M. (2025). Pendampingan Pembuatan Kemasan Sebagai Alat Branding: Menciptakan Identitas Produk Yang Kuat. *Madiun Spoor: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5.

Zainudin, A. (2021). *TIPOGRAFI* (7(1)). Yayasan Prima Agus Teknik. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312>

Zhu, L. (2024). Research on Innovative Design of Takeaway Food Packaging Materials and Functions under the Concept of Sustainable Development. *Journal of Ecohumanism*, 4(1). <https://doi.org/10.62754/joe.v4i1.5047>



Hak Cipta :

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

Lampiran 1 Transkrip Wawancara dengan Owner Dapur Mbak Ghina dan Testing

Wawancara dengan owner Dapur Mbak Ghina

Penulis:

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Selamat siang, Bu. Sebelumnya mungkin perkenalkan, nama saya Anwar Fauji dari Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Program Studi Desain Grafis. Saat ini saya sedang melakukan pengumpulan data untuk keperluan penelitian. Terima kasih banyak karena Ibu sudah meluangkan waktu dan bersedia untuk diwawancarai.

Owner Dapur Mbak Ghina:

Wa'alaikumussalam warahmatullahi wabarakatuh. Iya, sama-sama Mas. Silakan.

Penulis:

Baik, Bu. Mungkin untuk pertanyaan pertama, bisa diceritakan terlebih dahulu, sebenarnya Dapur Mbak Ghina ini awal mulanya bagaimana ya, Bu? Mulai berdiri kapan dan latar belakangnya seperti apa?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Hmm... Dapur Mbak Ghina itu mulai sekitar tahun 2023. Sebenarnya ini usaha keluarga sih, karena dari awal modalnya juga masih dari keluarga besar. Kalau dibilang ada sejarah yang panjang banget, sebenarnya nggak ada ya. Awalnya cuma hobi masak aja, terus banyak yang bilang masakannya enak dan cocok. Dari situ akhirnya kepikiran buat dijadikan usaha.

Penulis:

Berarti awalnya memang belum langsung terpikir sebagai bisnis ya, Bu. Terus, apa yang akhirnya mendorong Ibu untuk benar-benar menjalankan usaha ini?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Iya, betul. Awalnya ya benar-benar dari hobi. Tapi karena rumah saya itu di daerah kampus, saya sering lihat anak-anak kuliah itu makanannya ya gitu-gitu aja. Jadi saya kepikiran ingin bantu mereka biar nggak bosan makan. Terus mereka juga kasih respon yang bagus, bilang suka sama masakan saya, dari situ jadi makin yakin buat lanjut.

Penulis:

Baik, pertanyaan selanjutnya, apakah Dapur Mbak Ghina memiliki visi dan misi usaha yang ingin dicapai ke depannya?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Hmm... sebenarnya sudah ada sih. Walaupun mungkin dari awal belum tertulis secara formal, tapi arahnya ke sana.

Visi Dapur Mbak Ghina adalah menjadi usaha kuliner UMKM yang dikenal di Indonesia, dengan menyajikan masakan Nusantara yang autentik, penuh rasa, 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

berkualitas, serta bisa menjangkau berbagai kalangan dengan harga yang terjangkau. Kalau untuk misinya, yang pertama kami ingin menyajikan masakan Nusantara yang unik dan berkualitas. Kedua, menjual dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Ketiga, kami ingin fleksibel dalam penyajian dan kemasan, menyesuaikan kebutuhan konsumen. Keempat, terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren masa kini. yang terakhir, kami ingin usaha ini bisa ikut meningkatkan kesejahteraan UMKM dan komunitas lokal.

Penulis:

Kalau dari sisi prinsip usaha, nilai apa yang ingin selalu dijaga oleh Dapur Mbak Ghina, Bu?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Yang paling utama itu amanah ya. Terus kebersihan juga penting banget. Sama kualitas. Jadi meskipun harganya ada yang murah sampai yang lebih mahal, kualitasnya tetap harus dijaga.

Penulis:

Menurut Ibu, apa yang menjadi keunikan atau keunggulan Dapur Mbak Ghina dibandingkan usaha makanan lain?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Hmm... mungkin dari segi rasa ya. Sama harga yang menurut saya masih sesuai dengan rasa yang didapat. Terus kami juga nggak kaku soal harga. Kadang kalau ada yang dananya terbatas, ya kita sesuaikan. Lebih ke rasa kemanusiaan. Kami menyediakan pilihan dari yang hemat sampai premium.

Penulis:

Kalau untuk target pasar sendiri, Bu, sebenarnya Dapur Mbak Ghina menyasar siapa?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Sebenarnya semua kalangan sih. Karena ini masakan rumahan. Mulai dari mahasiswa, keluarga, sampai untuk acara-acara juga bisa. Dari gaya hidup juga beragam, karena ada paket yang sederhana sampai yang lebih premium.

Penulis:

Apakah Dapur Mbak Ghina memiliki slogan atau pesan khusus yang ingin disampaikan kepada konsumen?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Iya, ada. Pesannya itu serasa makan di rumah. Terus kami juga selalu menekankan kalau makanan kami halal dan sehat.

Penulis:

Bu, boleh saya tahu produk-produk apa saja yang ada di Dapur Mbak Ghina?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Hmm... produknya cukup banyak sih Mas. Biar lebih jelas dan nggak salah sebut, mungkin nanti saya kasih file menunya di comment atau *WhatsApp* aja yaaa



© 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

Penulis:

Kalau produk, Bu, yang menjadi unggulan atau paling sering dicari itu apa saja?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Yang paling sering itu nasi uduk sama nasi kuning. Terus salad buah juga cukup banyak yang suka.

Penulis:

Untuk pertanyaan terakhir, apa sih ciri khas dari produk-produk Dapur Mbak Ghina yang ingin Ibu tonjolkan?

Owner Dapur Mbak Ghina:

Ciri khasnya itu dari pilihan pakatnya. Ada yang hemat, ada juga yang premium. Terus dari segi rasa, saya cenderung ke manis dan pedas, jadi lebih cocok sama selera orang Jawa.





Hak Cipta :

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

Wawancara testing dengan para target audience Dapur Mbak Ghina

Narasumber 1

Narasumber: Ayu Nasriani (28 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pada kesempatan kali ini, saya akan mewawancarai salah satu target konsumen dari brand Dapur Mbagina. Sebelumnya, perkenalkan nama dan usianya?

Narasumber (Ayu): Nama aku Ayu Nasriani, usianya 28 tahun.

Pewawancara: Baik. Pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Anda tentang bentuk dan ukuran kemasan saat dipegang?

Narasumber (Ayu): Bentuknya kotak, pipih, pas dipegang enak, ukurannya enggak terlalu besar.

Pewawancara: Baik. Pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini mudah untuk dibawa?

Narasumber (Ayu): Mudah. Desainnya bisa ditaruh tas, ditaruh di goodie bag, gampang, enak.

Pewawancara: Selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini sudah dapat melindungi produk dengan baik?

Narasumber (Ayu): Iya, terdapat ventilasi udara juga, jadi kalau misalkan makanannya panas, enggak gampang basi.

Pewawancara: Iya. Pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda bentuk dari kemasan sudah sesuai untuk produk makananmakanan berat?

Narasumber (Ayu): Sesuai banget. Box kotak itu paling aman buat nasi, buat lauk, enggakenggak kayak pouch yang gampang tumpah.

Pewawancara: Baik. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan membuka dan menutup kemasan ini?

Narasumber (Ayu): Bukanya gampang, tinggal buka. Tutupnya tinggal ditekuk lagi, udah paling praktis deh kayaknya.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya, apakah informasi pada kemasan mudah ditemukan seperti sosmed dan lain-laindan mengapa?

Narasumber (Ayu): Nama brand-nya udah ada nih, Dapur MbakciMbak siapa? Mbakgina ya? Heeh. Tagline-nya juga "Serasa Makan di Rumah" langsung kelihatan. Terus terdapat informasi *WhatsApp* juga sama *Instagram*, jadi memudahkan kalau mau memesan.

Pewawancara: Selanjutnya, apa kesan pertama Anda di saat pertama kali melihat kemasan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Narasumber (Ayu): Kesannya hangat banget, *homey* banget. Terus ilustrasi keluarga makan di rumah, terus lampu gantung, langit malam, kayak berasa makan malam di rumah.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah desain kemasan ini sudah mencerminkan kesan minimalis, modern, dan kesan kerumahan?

Narasumber (Ayu): Udahudah, udah. Kesan kerumahannya dapat banget dari gambar keluarga makan, terus sama tagline-nya juga udah dapat.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah desain kemasan ini sudah sesuai dengan tagline brand yaitu "Serasa Makan di Rumah"?

Narasumber (Ayu): 100% nyambung. Ilustrasinya literally keluarga makan bareng di meja rumah selayaknya kayak kerumahan.

Pewawancara: Baik. Ya mungkin segitu aja untuk wawancara kali ini. Kurang lebihnya mohon maaf. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber 2

Narasumber: Rayhan Nailam (22 Tahun)

Pewawancara: Baik. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Perkenalkan nama saya Anwar Fauzi dari kelas 3LG8A. Pada kesempatan ini saya akan mewawancarai... apa? Foto aja enggak apa-apa, foto aja. Udah? Udah. Untuk pertama-tama, perkenalkan nama Kakak dan berapa umur Kakak?

Narasumber (Rayhan): Eh, perkenalkan nama saya Rayhan Nailam, saya umur 22 sekarang.

Pewawancara: Baik. Mungkin Kakak sendiri udahudah ngelihat kemasannya, Kak. Untuk pertanyaan pertama, menurut Kakak gimana sih bentuk ukuran kemasan ini pas dipegang? Apakah nyaman atau enggak kayak...?

Narasumber (Rayhan): Ukuran itu udah pas ya. Kerasa sama kayak ketika beli makanan kayak di Sipaman atau tempat-tempat makan lainnya gitu secara GoFood, kayaknya ukurannya pada sama kayak gini, ya.

Pewawancara: Baik. Untuk mungkin pertanyaan selanjutnya aja, Kak, ya. Kalau misalkan dibawa jalan atau dibawa pulang nih, Kak, ini sih termasuk praktis atau gampang enggak sih, Kak, dibawa?

Narasumber (Rayhan): Ya tetap harus pakai kantong sih, kantong kresek baru praktis. Kalau kayak gini ya kagak, harus dua tangan, satu tangan.

Pewawancara: Baik. Sedangkan apakah kemasan ini udah menurut Kakak nih, udah cukup enggak sih buat melindungi produk yang di dalam gitu? Maksudnya gimana? Misalkan kan adaada makanannya, Kak. Dari segi kemasan, apakah udah cukup buat melindungi makanan itu?

Narasumber (Rayhan): Oh ya, udahudah. Udah standar lah ini.

Pewawancara: Menurut Kakak, kalau dari segi buka-tutup nih, Kak, apakah mudah atau susah ya, Kak?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber (Rayhan): Ya kayaknya sama aja sih kayak yang lain. Hitungannya berarti ya mudah harusnya, cuma saya enggak bisa nutupnya ini, kurang... oh, bisa-bisa. Mudah lah.

Pewawancara: Mudah, berarti masih bisa. Kalau dari segi informasi nih, Kak, apakah kayak nama brand atau sosmed-nya ini masih mudah ditemukan atau gimana, Kak?

Narasumber (Rayhan): Emm, kayaknya buat sosmed enak ya kalau di depan ya, Kak, ya. Saya enggak ngecek belakang soalnya. Kalau di depan kan kayak tinggal ngelihat, ini enak, gampang kelihatan. Iya, desainnya udah bagus sih.

Pewawancara: Oke, Kak. Mungkin... terakhir kali, Kak. Menurut Kakak, first impression-nya itu apakah masih ada kesan *homey*-nya atau kesan kekeluargaannya sih, Kak, dari desain produknya?

Narasumber (Rayhan): Saya sendiri suka ya. Warnanya itu marun gelap gini kan, dan teksnya ini kemasan kuning keemasan, jadi kesannya tuh berkesan premium. Dan juga warna dari gambarnya itu nyambung sama warna paletnya. Kesannya warm gitu loh.

Pewawancara: Oh, berarti masih ada kesan *homey*-nya gitu ya, Kak?

Narasumber (Rayhan): Masih ada, masih ada.

Pewawancara: Baik, terima kasih, Kak, ya. Udah, Kak. Sebentar ya, Kak. Kami ada... sebentar ya, Kak, kami ada reward karena Kakak udah mau meluangkan waktu buat diwawancarai kami, ya, Kak.

Narasumber (Rayhan): Oh ya, *thank you* banget. Sama-sama, Kak.

Narasumber 3

Narasumber: Nesila (17 Tahun)

Pewawancara: Sebelumnya, assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Untuk kali ini, perkenalkan, Kak, namanya siapa dan umurnya?

Narasumber (Nesila): Nama saya Nesila, umurnya 17 tahun.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan pertama nih, Kak. Menurut Kakak, gimana sih bentuk ukuran kemasan pas dipegang, nyaman enggak sih, Kak?

Narasumber (Nesila): Nyaman sih.

Pewawancara: Nyaman ya, Kak. Sedangkan kalau misalkan ini nih, kemasan ini Kakak bawa atau lagi perjalanan, menurut Kakak ini gampang enggak sih dibawa, Kak?

Narasumber (Nesila): Gampang sih.

Pewawancara: Masih gampang ya? Ini kan dari segi kemasan catering ya, kayak makanan berat gitu. Nah, menurut Kakak, kemasan ini bisa enggak sih melindungi produk kayak makanan berat kayak nasi atau ayam gitu?

Narasumber (Nesila): Bisa sih, cuma kalau misalkan dipendek-pendek mungkin jadi rusak 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pewawancara: Oh iya, baik. Mungkin pertanyaan selanjutnya aja, Kak. Menurut Kakak, mudah enggak sih buka-tutupnya, Kak? Buka-tutup kemasan ini?

Narasumber (Nesila): Mudah.

Pewawancara: Mudah ya? Masih terhitung gampang, mudah. Mungkin pertanyaan selanjutnya, pas pertama kali lihat nih, Kak, dari segi desain, apa sih impresi Kakak kayak apa yang kelihatan?

Narasumber (Nesila): Lucu sih, karena ada gambarnya.

Pewawancara: Oh, lucu karena ada gambar ilustrasi keluarga ini ya, Kak? Ini kan... selanjutnya ya, Kak, ini kan dari segi konsep kan ada kekeluargaan nih, Kak. Menurut Kakak, dari segi desain ini udah mencerminkan enggak sih konsep kekeluargaan itu?

Narasumber (Nesila): Sudah.

Pewawancara: Sudah ya, Kak? Baik, mungkin segitu aja wawancara dari saya. Kurang lebihnya mohon maaf. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Makasih ya, Kak. Makasih ya, Kak.

Narasumber 4

Narasumber: Rian (24 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Sebelumnya, perkenalkan, Kak, namanya siapa dan umurnya?

Narasumber (Rian): Nama saya Rian.

Pewawancara: Umurnya?

Narasumber (Rian): Umur saya 24 tahun.

Pewawancara: Untuk pertanyaan pertama ya, Kak. Menurut Kakak, bentuk kemasan ini atau ukurannya, nyaman enggak sih dipegang?

Narasumber (Rian): Secara ukurannya nyaman, cuma secara bahan mungkin kurang, ya.

Pewawancara: Kalau secara bahan kurang. Kalau menurut Kakak kalau misalkan dibawa nih, gampang atau enggak sih, Kak?

Narasumber (Rian): Oh, kalau untuk dibawa sih gampang, ya. Gampang.

Pewawancara: Kalau dari segi tutup kemasan, soal buka-tutup, menurut Kakak gampang atau enggak, Kak?

Narasumber (Rian): Oh, kalau buka-tutup seperti ini, ini kan keke dalam ya? Tutupbuka-tutup seperti ini lumayan apa ya, susah sih sebenarnya. Karena ini kan harus menyesuaikan ukuran bagian luarnya, ya. Jadi kemungkinan juga bisa mudah lepas juga seandainya kurang kuat dipegang.

Pewawancara: Baik. Mungkin ke selanjutnya, Kak. Untuk first impression kayak dari segi desain, menurut Kakak apa sih yang menonjol dari desain 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Narasumber (Rian): Sebenarnya secara desain sih estetik, ya. Jadi sebenarnya harus menunjukkan brand-nya, dan juga makanannya mungkin kalau bisa sih, ya. Jadi kayak brand-nya apa dan makanannya apa itu lebih harus ditonjolkan.

Pewawancara: Baik. Mungkin pertanyaan terakhir ya, Kak. Kan dari segi brand ini kan punya tagline "Serasa Makan di Rumah", dan punya kayak *brandingbranding*-nya itu kan kayak kekeluargaan. Menurut Kakak, dari segi desain ini udah mewakili enggak sih, Kak?

Narasumber (Rian): Untuk gambar kekeluargaan sih sudah, ya. Cuma nanti mungkin lebih menonjolkan lagi makanannya apa, dapurnya. Kayak yang makanan yang menunjukkan Dapur Mbak Ginan Mbak Gina ini apa.

Pewawancara: Ya, baik. Mungkin itu aja, Kak. Terima kasih, Kak.

Narasumber (Rian): Oke.

Narasumber 5

Narasumber: Risca Dwi Setia (33 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pada kesempatan kali ini, saya akan mewawancarai salah satu target konsumen dari brand Dapur Mbagina. Sebelumnya, perkenalkan nama dan usianya?

Narasumber (Risca): Nama saya Risca Dwi Setia, usia 33 tahun.

Pewawancara: Baik. Mungkin ke pertanyaan pertama, yaitu bagaimana pendapat Anda tentang bentuk dan ukuran kemasan saat dipegang?

Narasumber (Risca): Menurut saya, bentuk dan ukuran sudah pas, sangat ergonomis, dan sesuai dengan citra UKMUMKM pada packaging-nya.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini mudah untuk dibawa?

Narasumber (Risca): Ya, sangat mudah dibawa.

Pewawancara: Sangat mudah dibawa. Apakah menurut Anda kemasan ini sudah dapat melindungi produk dengan baik?

Narasumber (Risca): Iya, ini sudah sesuai dengan standar untuk kemasan, ya. Jadi terlihat seperti tidak dapat tumpah dan aman.

Pewawancara: Dan aman. Baik, pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda bentuk dari kemasan sudah sesuai dengan bentuk produk makanan berat?

Narasumber (Risca): Sudah sangat sesuai.

Pewawancara: Sudah sangat sesuai. Sedangkan dari segi buka-tutup, apakah cenderung mudah untuk membuka-tutup kemasannya?

Narasumber (Risca): Ya, ini sudah mudah sih, sesuai sudah sesuai dengan bentuk-bentuk kemasan pada masa kini.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya, apakah informasi pada kemasan mudah ditemukan seperti sosmed dan lain-lain dan mengapa?



© 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

Narasumber (Risca): Ya, ini mudah dilihat ya dari sisiantar sisinya ada itunya. Sangatsangatsudah sangat sesuai.

Pewawancara: Sudah sama-sama sesuai. Selanjutnya, apa kesan pertama Anda di saat pertama kali melihat desain kemasan ini?

Narasumber (Risca): Ya, untuk kesan saya ini terlihat seperti modern, dan ekonomis ya, maksudnya ekonomis bukan berarti murahan, tapi sesuai dengan citra UMKM yang murah tapi berkualitas.

Pewawancara: Baik. Pertanyaan selanjutnya, apakah desain kemasan ini sudah mencerminkan kesan minimalis, modern, dan kesan kerumahan?

Narasumber (Risca): Sudah sangatsangat mencerminkan kok. Sudah sangat minimalis, modern, dan kerumahan.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah desain kemasan ini sudah sesuai dengan tagline brand yaitu "Serasa Makan di Rumah"?

Narasumber (Risca): Ya, sudah sesuai dengan citra dari itu, ada ilustrasinya juga, jadi mencerminkan dengan logonya. Terima kasih.

Pewawancara: Baik, mungkin segitu aja...

Narasumber 6

Narasumber: Indra (38 Tahun)

Narasumber (Indra): ...itu, serasa makan makanan rumahan, kayak gitu.

Pewawancara: Ini udah... Ada pertanyaan? Iya, boleh. Boleh. Baik. Baik. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Nah, pada kesempatan kali ini, saya akan mewawancarai salah satu target konsumen dari Dapur Mbagina. Sebelumnya, perkenalkan nama dan usianya?

Narasumber (Indra): Nama Indra, usia 38 tahun.

Pewawancara: Baik. Mungkin ke pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Anda tentang bentuk dan ukuran kemasan saat dipegang?

Narasumber (Indra): Bentuk sudah cukup baik, ya. Sudah seperti standar pada umumnya. Ukuran juga sudah pas, ya. Enak, standar pada umumnya, muat untuk satu porsi.

Pewawancara: Iya. Baik, ke pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini mudah untuk dibawa?

Narasumber (Indra): Iya, mudah. Mudah. Cuma, ini kemasannya kalau menurut saya, saya sih lebih suka yang lurus, ya. Apa... kubus lurus. Kalau ini kan agak trapesium, ya. Gitu. Jadi kalau lurus tuh lebih aman, enggak goyang.

Pewawancara: Ya. Pertanyaan selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini sudah dapat melindungi produk dengan baik?

Narasumber (Indra): Iya, cukup aman.

Pewawancara: Nah, selanjutnya, apakah menurut Anda bentuk dari kemasan ini sudah sesuai dengan produk makanan berat?



© 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

Narasumber (Indra): Heeh, sudah sesuai.

Pewawancara: Sudah sesuai. Ke pertanyaan selanjutnya, bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan membuka dan menutup kemasan?

Narasumber (Indra): Mudah ya dibukanya, tidak ada kendala. Untuk tutupnya? Untuk tutupnya juga cukup mudah. Cukup mudah, heeh. Tidak mudah tumpah seperti juga.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya, apakah informasi pada kemasan mudah ditemukan seperti sosmed dan lain-lain?

Narasumber (Indra): Ya, ini ada masukan sedikit. Untuk sosmed dan nomor kontak lain-lain sih saya pikir dipindah tempatnya, ya. Entah dibisa di depan, bagian atas atau bawah. Karena ini letaknya ada di belakang, jadi orang kan kadang-kadang yang lebihlelebih eye catching itu di dekat tempat-tempat tangan untuk membuka, ya, dan lebih bisa lebih eye catching di depan.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya, apa kesan pertama Anda di saat pertama kali lihat kemasan ini? Kayak dari desainnya begitu?

Narasumber (Indra): Kesan pertamanya, warnanya bagus, ya. Warna marun. Gambarnya juga lucu, cukup bagus gitu. Cuma mungkin untuk nama brand justru ditukar nih font-nya yang agak lebih jelas supaya customer juga lebih engage sama nama produknya.

Pewawancara: Baik. Mungkin selanjutnya, apakah desain kemasan ini sudah mencerminkan kesan minimalis, modern, dan kesan kerumahan?

Narasumber (Indra): Iya, minimalis cukup minimalis, ya. Modern, tentunya. Dan kalau untuk kesan kerumahan, ini cukup representatif dari gambarnya. Sudah cukup.

Pewawancara: Baik. Pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah desain kemasan ini sudah sesuai dengan tagline brand Dapur Mbagina yaitu "Serasa Makan di Rumah"?

Narasumber (Indra): Iya, untuk kemasannya, karena ini untuk takeaway ya pastinya dimakan di rumah, dan ini untuk kemasan makan di rumah, ya. Bagus, sudah cukup sesuai.

Pewawancara: Baik. Mungkin segitu aja wawancaranya untuk kali ini. Kurang lebihnya mohon maaf. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber (Indra): Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Pewawancara: Baik, terima kasih, Bu.

Narasumber (Indra): Iya, sama-sama.

Narasumber 7

Narasumber: Enggar Aji Prasetyo (30 Tahun)



© 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

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pada kesempatan kali ini, saya akan mewawancarai salah satu target konsumen dari brand Dapur Mbagina. Sebelumnya, perkenalkan nama dan usianya?

Narasumber (Enggar): Nama saya Enggar Aji Prasetyo, diumur saya di 30 tahun.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya untuk pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Anda tentang bentuk dan ukuran kemasan saat dipegang?

Narasumber (Enggar): Ukurannya kompak. Buat desainnya sih udah oke. Mungkin dari warnanya mungkin sesuai selera, ya. Mungkin sudah bagus secara grafisnya udah bagus juga sih.

Pewawancara: Ya. Selanjutnya, apakah menurut Anda kemasan ini mudah untuk dibawa?

Narasumber (Enggar): Untuk ukuran sudah sesuai dengan desain yang terbaru sih sebetulnya, cuman mungkin kalau misalkan untuk makanan yang untuk ukuran volumenya lebih besar, mungkin ini agak kurang besar. Cuman ini sudah ukuran standar sih. Baik, oke.

Pewawancara: Apakah menurut Anda bentuk dari kemasan sudah sesuai untuk produk makanan berat? Udah dua ya?

Narasumber (Enggar): Ah, mungkin untuk makanan berat sedikit koreksinya, mungkin tadi sih kalau misalkan volumenya lebih besar mungkin kurang lebih mungkin agak bisa diperbesar lagi, cuman untuk standarnya untuk makanan dengan isian satu-dua orang volumenya untuk untuk gitu sih udah oke banget.

Pewawancara: Baik. Selanjutnya, bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan membuka dan menutup kemasan?

Narasumber (Enggar): Membuka dan menutup kemasan ini mungkin yang jadi PR sih. Karena mungkin masih agak ringkih dan tricky banget sih ini kalau untuk dibuka.

Pewawancara: Iya.

Narasumber (Enggar): Jadi... tapi overall sih bagus sih. Udahudah bagus, walaupun agak sedikit ringkih.

Pewawancara: Iya. Selanjutnya... apakah informasi kemasan mudah ditemukan seperti sosmed dan lain-lain?

Pewawancara: Iya. Selanjutnya... apakah informasi kemasan mudah ditemukan seperti sosmed dan lain-lain?

Narasumber (Enggar): Sejauh ini sih udah oke. Dari belakang udah bisa kelihatan, untuk depan udah terlihat jelas, kanan-kiri juga udah oke. Jadi aman sih kalau untuk informasinya segala macam.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan selanjutnya, apakah... apa kesan pertama Anda di saat pertama kali melihat desain kemasan ini?

Narasumber (Enggar): Kesannya sih yang pasti dia udah terlihat kompak, pas dengan segmennya untuk makanan-makanan berat. Mungkin dari warnanya, desainnya mungkin agak kurang terang karena ini makanan. Tapi ini balik lagi sih,



© 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

balik lagi ke selera sih ya. Sudah cukupudahudah bagus sih. Cuman mungkin ada sedikit tambahan grafis-grafis yang mungkin bisa ditambahin lagi, atau mungkin ada yang bisa dilebihdisederhanakan lagi.

Pewawancara: Baik. Untuk selanjutnya, apakah desain kemasan ini sudah mencerminkan kesan minimalis, modern, dan kesan kerumahan?

Narasumber (Enggar): Ya mungkin itu sih. Minimalisnya mungkin terasa kurang sih, karena masih ada beberapa yang kayaknya kurang terkesan minimalis. Tapi mungkin bisa diperbaiki lagi dari segi *font*, dari segi grafisnya juga. Kelihatan... sebetulnya sih oke, cuman mungkin ada perbaikan sedikit lagi.

Pewawancara: Baik. Untuk pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah desain kemasan ini sudah sesuai dengan *tagline* brand, yaitu "Serasa Makan di Rumah"?

Narasumber (Enggar): Serasa makan di rumah... balik lagi kalau itu ke *branding* sih rasanya. Kalau misalkan *branding*-nya serasa makan di rumah, karena ini dibawa pulang, mungkin masih terkesan... karena ini dibungkus atau gimana, cuman udah udah lumayan udah lumayan ter-*branding*. Udah lumayan terasa bahwa ini... grafisnya juga oke banget, cuman ya mungkin lebihlebih minimalis lagi atau lebih disederhanakan lagi aja sih.

Pewawancara: Baik. Mungkin segitu aja wawancaranya untuk kali ini. Kurang lebihnya mohon maaf. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber (Enggar): Waalaikumsalam.

Pewawancara: Baik, makasih ya, Kak.

Narasumber 8

Narasumber: Ayu Lyanica (40 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan. Pada kesempatan kali ini, saya akan mewawancarai Anda selaku konsumen dari brand Dapur Mbagina terkait dengan desain kemasan. Baik, langsung saja untuk pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Anda tentang bentuk dan ukuran kemasan saat dipegang?

Narasumber (Ayu Lyanica): Pendapat saya bentuk dan ukurannya sudah baik, bagus, serta gampang untuk dibawa dan dipegang.

Pewawancara: Baik. Apakah menurut Anda kemasan ini mudah untuk dibawa bepergian?

Narasumber (Ayu Lyanica): Ya, kemasan ini mudah dibawa karena ukurannya pas dan gampang dibawa ke mana-mana.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah kemasan ini sudah dapat melindungi produk makanan di dalamnya dengan baik?

Narasumber (Ayu Lyanica): Ya, sudah dapat melindungi dengan baik karena bahannya sudah menggunakan kertas *Ivory* dan sudah berstandar *food grade*.



© 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

Pewawancara: Apakah menurut Anda bentuk dari kemasan ini sudah sesuai untuk porsi produk makanan berat?

Narasumber (Ayu Lyanica): Ya, kalau untuk produk makanan berat bentuknya sudah sesuai.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai kemudahan dalam membuka dan menutup kembali kemasan ini?

Narasumber (Ayu Lyanica): Kemasannya sangat mudah untuk dibuka dan ditutup kembali.

Pewawancara: Apakah informasi penting pada kemasan seperti media sosial dan kontak lainnya mudah ditemukan? Lalu, apa alasannya?

Narasumber (Ayu Lyanica): Informasi tersebut mudah ditemukan, karena tulisan cukup jelas saat dilihat.

Pewawancara: Apa kesan pertama (*first impression*) Anda saat pertama kali melihat kemasan produk ini secara keseluruhan?

Narasumber (Ayu Lyanica): Kesan pertamanya baik dan kualitas dari bahan kemasannya terasa bagus.

Pewawancara: Dari segi visual, apakah desain kemasan ini sudah mencerminkan perpaduan kesan minimalis, modern, sekaligus kesan kerumahan (*homey*)?

Narasumber (Ayu Lyanica): Ya, ukurannya sendiri sudah cukup minimalis, desain grafisnya modern, dan kesan kerumahnya juga ada.

Pewawancara: Pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah desain kemasan ini sudah sesuai dengan *tagline* utama dari brand Dapur Mbagina, yaitu “Serasa Makan di Rumah”?

Narasumber (Ayu Lyanica): Ya, kalau itu sudah sangat sesuai sekali.

Pewawancara: Baik, terima kasih banyak Ibu Ayu atas opini dan penilaiannya. Masukan ini akan sangat berguna untuk pengembangan riset Tugas Akhir ini. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber 9

Narasumber: Dimas Prasetyo (25 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Selamat siang, Kak. Terima kasih atas kesediaannya untuk diwawancarai. Hari ini saya mau minta opini Kakak terkait kemasan makanan dari brand Dapur Mbagina ini. Pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Kakak tentang bentuk dan ukuran kemasan ini saat dipegang?

Narasumber (Dimas): Waalaikumsalam. Kalau menurut saya, bentuk kotaknya pas ya di tangan, proporsional dan tidak terlalu besar. Pas digenggam atau dipegang satu tangan juga terasa kokoh.



© 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

Pewawancara: Baik. Kalau dari segi mobilitas, apakah menurut Kakak kemasan ini termasuk mudah untuk dibawa-bawa?

Narasumber (Dimas): Iya, praktis banget. Bentuknya yang pipih dan presisi bikin kemasan ini gampang ditumpuk atau dimasukkan ke dalam kantong belanja, jadi aman kalau dibawa di atas motor atau jalan kaki.

Pewawancara: Menurut Kakak sendiri, apakah struktur dan bahan kemasan ini sudah cukup baik dalam melindungi produk makanan di dalamnya?

Narasumber (Dimas): Sudah cukup aman ya. Bahannya lumayan tebal dan ada kuncian strukturnya di bagian samping yang bikin penutupnya enggak gampang lepas, jadi nasi atau lauk di dalamnya enggak rawan tumpah.

Pewawancara: Apakah bentuk dari kemasan ini menurut Kakak sudah sesuai untuk wadah produk makanan berat?

Narasumber (Dimas): Sesuai sekali. Kalau makanan berat seperti nasi rames atau lauk-pauk kan butuh ruang yang datar supaya tidak tercampur berantakan, dan model *box* ini sudah paling pas dibanding pakai model mangkuk (*bowl*) atau *pouch*.

Pewawancara: Bagaimana dengan kemudahan membuka dan menutup kemasannya? Apakah ada kesulitan?

Narasumber (Dimas): Gampang kok, tinggal ditarik bagian kunciannya. Pas mau ditutup lagi juga tinggal ditekek mengikuti pola lipatannya. Simpel dan enggak ribet.

Pewawancara: Selanjutnya, apakah informasi seperti nama brand, media sosial, atau nomor kontak pada kemasan ini mudah untuk ditemukan?

Narasumber (Dimas): Gampang ditemukan karena penempatannya pas dan ukuran teksnya cukup kontras dengan warna dasar kemasan. Jadi kalau konsumen mau pesan lagi, tinggal lihat keterangan di *box*-nya saja.

Pewawancara: Apa kesan pertama (*first impression*) Kakak saat pertama kali melihat desain visual kemasan ini?

Narasumber (Dimas): Kesannya hangat dan ramah. Pemilihan warna dan ilustrasinya itu langsung memberikan impresi kalau ini adalah produk makanan rumahan yang bersih dan dibuat dengan niat, bukan sekadar kemasan polos biasa.

Pewawancara: Menurut Kakak, apakah seluruh elemen desain di kemasan ini sudah mencerminkan kesan minimalis, modern, sekaligus ada unsur kerumahannya?

Narasumber (Dimas): Menurut saya sudah dapet semua perpaduannya. Minimalis karena tata letaknya rapi dan tidak terlalu ramai, modern dari segi pemilihan *font*, dan kesan kerumahannya sangat diwakili oleh gambar ilustrasinya.

Pewawancara: Pertanyaan terakhir, apakah menurut Kakak desain visual ini sudah sejalan dengan *tagline* brand Dapur Mbagina, yaitu “Serasa Makan di Rumah”?

Narasumber (Dimas): Iya, sudah sangat selaras. Pas lihat kemasannya, emosinya langsung dapet kalau makanan di dalamnya adalah masakan rumahan yang bikin kangen rumah.



Hak Cipta :

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

Pewawancara: Baik, terima kasih banyak Kak Dimas atas jawaban dan waktu luangnya. Informasi ini sangat berharga untuk kelengkapan data riset ini. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber (Dimas): Sama-sama, sukses ya buat penelitiannya. Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber 10

Narasumber: Citra Lestari (20 Tahun)

Pewawancara: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Halo, Kak Citra. Terima kasih banyak ya sudah meluangkan waktunya di sela-sela kesibukan kuliah. Hari ini saya ingin meminta pendapat Kakak mengenai desain kemasan dari brand Dapur Mbagina ini. Untuk pertanyaan pertama, bagaimana pendapat Kakak tentang bentuk dan ukuran kemasannya saat dipegang?

Narasumber (Citra): Waalaikumsalam. Kalau menurut aku, bentuknya proporsional banget ya, kotaknya pas di tangan dan enggak terlalu *bulky*. Ukurannya juga enggak kebesaran, jadi pas kalau digenggam atau dipegang sambil dibawa.

Pewawancara: Baik. Kalau menurut Kakak sendiri, apakah kemasan produk ini tergolong mudah untuk dibawa bepergian?

Narasumber (Citra): Iya, mudah banget. Karena bentuknya ringkas dan presisi, jadi gampang diselipkan ke dalam *totebag* atau kantong plastik tanpa takut posisinya miring-miring. Praktis buat dibawa ke kampus atau tempat kos.

Pewawancara: Menurut penilaian Kakak, apakah kemasan ini sudah dapat melindungi produk makanan berat di dalamnya dengan baik?

Narasumber (Citra): Menurut aku sudah aman ya, karena bahannya kerasa tebal dan kokoh. Terus struktur lipatan kunciannya di bagian samping juga rapat, jadi enggak gampang jebol atau tumpah meskipun makanannya agak berat.

Pewawancara: Apakah menurut Kakak bentuk kemasan model kotak seperti ini sudah sesuai untuk produk jenis makanan berat?

Narasumber (Citra): Sudah sangat sesuai sih. Model *lunch box* kotak begini paling ideal buat nasi dan lauk pauk supaya penataannya tetap rapi dan tidak gampang tercampur aduk saat dibawa, beda kalau pakai wadah bulat.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Kakak tentang kemudahan membuka dan menutup kembali kemasan ini?

Narasumber (Citra): Gampang dan simpel kok. Bagian kunciannya tidak keras pas dibuka, dan waktu mau ditutup kembali tinggal dikaitkan lagi ke polanya. Enggak ribet sama sekali buat kita yang butuh cepat.

Pewawancara: Selanjutnya, apakah informasi penting pada kemasan seperti nama brand atau media sosial mudah untuk ditemukan?



© 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

Narasumber (Citra): Mudah banget ditemukan. Desain tata letak teksnya rapi dan ukuran *font*-nya pas, jadi langsung kelihatan jelas pas pertama kali kita lihat kemasannya. Kalau mau cari *Instagram*-nya buat *order* lagi enggak perlu bingung nyari.

Pewawancara: Apa kesan pertama (*first impression*) Kakak saat pertama kali melihat visual dari kemasan Dapur Mbagina ini?

Narasumber (Citra): Kesan pertamanya estetik dan kelihatan manis ya. Ilustrasinya lucu dan pemilihan warnanya bikin tampilannya terlihat bersih, rapi, sekaligus menarik perhatian anak muda.

Pewawancara: Menurut Kakak, apakah desain kemasan ini sudah berhasil mencerminkan perpaduan kesan minimalis, modern, sekaligus ada unsur kerumahannya (*homey*)?

Narasumber (Citra): Iya, dapet banget. Kesan minimalis dan modern-nya kelihatan dari layout grafis yang bersih dan pemilihan jenis hurufnya. Terus kesan kerumahannya kuat banget digambarkan lewat ilustrasi keluarga di bagian atas kemasan.

Pewawancara: Pertanyaan terakhir, menurut Kakak apakah desain kemasan ini secara keseluruhan sudah sesuai dengan *tagline* brand Dapur Mbagina, yaitu “Serasa Makan di Rumah”?

Narasumber (Citra): Sudah sangat sesuai sekali. Konsep ilustrasi dan *vibe* desainnya bener-bener mendukung *tagline*-nya, jadi kerasa banget kesan hangat makanan rumahnya.

Pewawancara: Baik, terima kasih banyak Kak Citra atas opini dan masukan berharganya untuk riset Tugas Akhir ini. Sukses selalu buat kuliahnya ya. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Narasumber (Citra): Sama-sama, sukses juga ya buat proyek Tugas Akhirnya! Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.



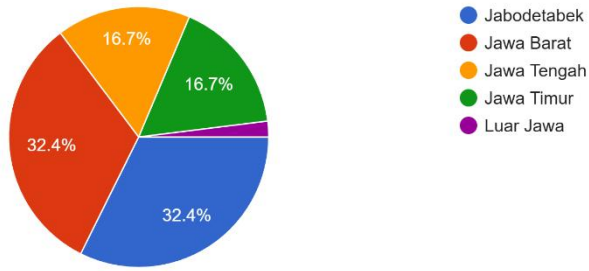
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 2 Hasil Survey Melalui Kuesioner *Gform*

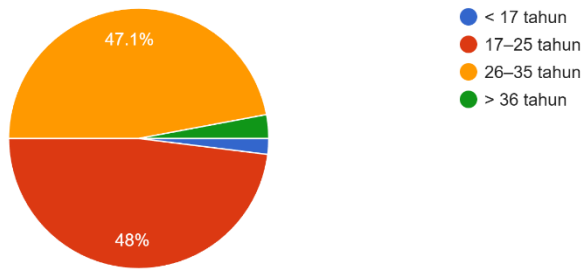
Domisili

102 responses



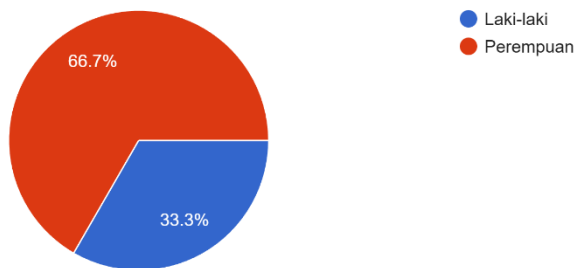
Usia

102 responses



Jenis kelamin

102 responses





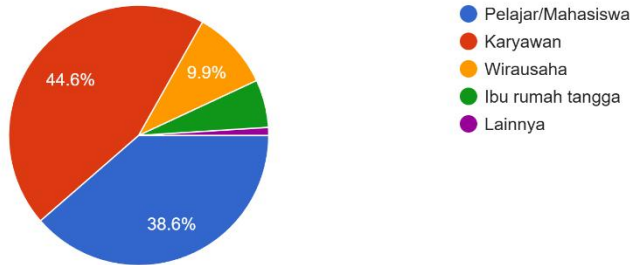
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

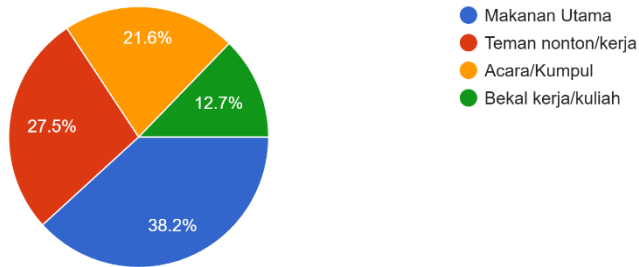
Pekerjaan Anda saat ini?

101 responses



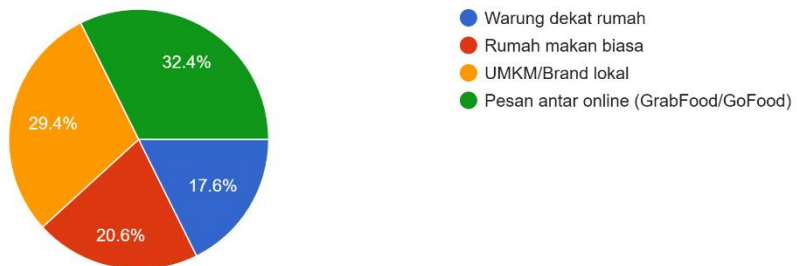
Biasanya Anda membeli produk makanan siap saji untuk keperluan apa?

102 responses



Di mana Anda biasanya membeli produk makanan siap saji?

102 responses





Hak Cipta :

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

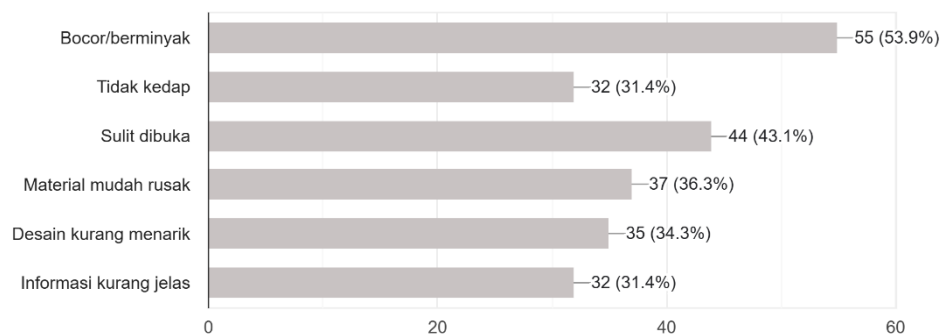
Bagaimana pengalaman Anda dengan kemasan makanan siap saji yang pernah Anda beli?

102 responses



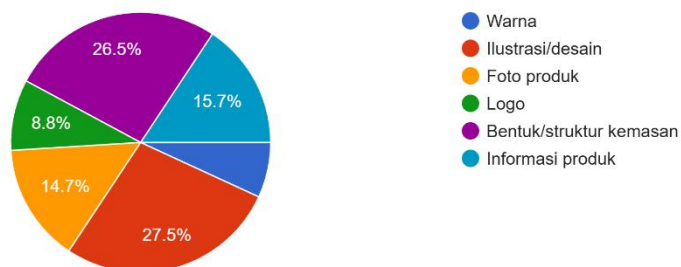
Masalah yang paling sering Anda temui pada kemasan makanan siap saji (Boleh pilih lebih dari satu)

102 responses



Hal pertama yang Anda perhatikan dari sebuah kemasan?

102 responses





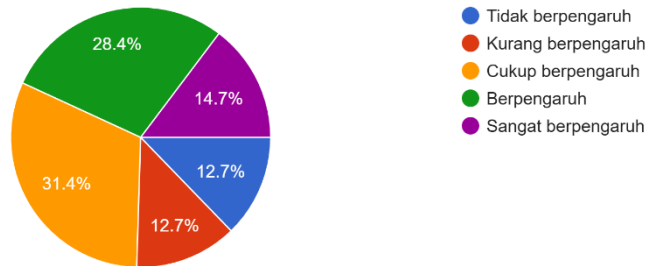
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apakah desain dari sebuah kemasan mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk sejenis?

102 responses



Apa alasan kemasan mempengaruhi keputusan membeli anda

102 responses

mempengaruhi keputusan pembelian saya

Kemasan yang bagus membuat saya tertarik untuk membeli produknya juga

Kemasannya keliatan mahal jadi kesannya premium.

Dukungan terhadap gaya hidup, desain ramah lingkungan atau reusable memberi nilai tambah bagi konsumen yang peduli lingkungan.

Kemasan yang estetik memberikan nilai tambahan, terasa lebih premium meski harganya terjangkau

Mencerminkan identitas merek

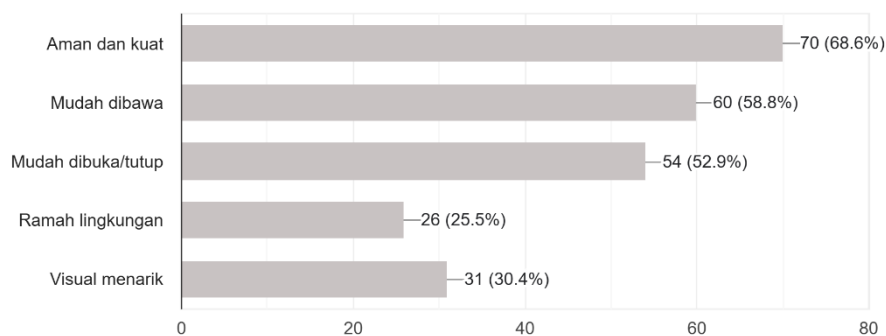
Kalau kemasannya terlihat bersih dan profesional, saya lebih percaya pada produknya

Kemasan yang terlihat profesional bikin saya yakin kualitasnya terjaga

Kemasan mencerminkan brand yang trustworthy

Menurut anda apa kebutuhan utama dari kemasan makanan siap saji? (Boleh pilih lebih dari satu)

102 responses





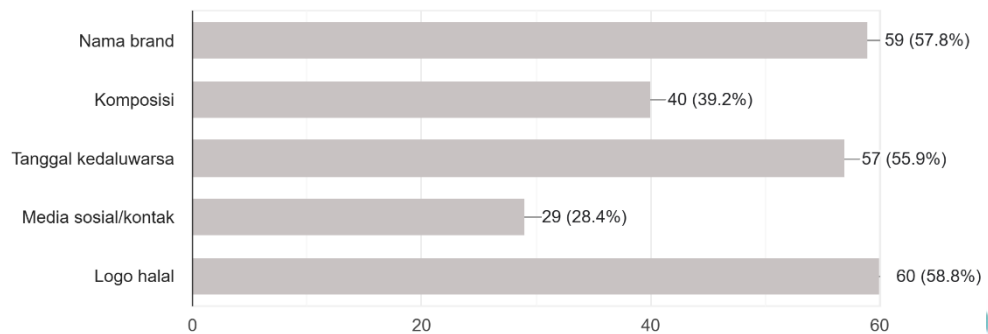
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

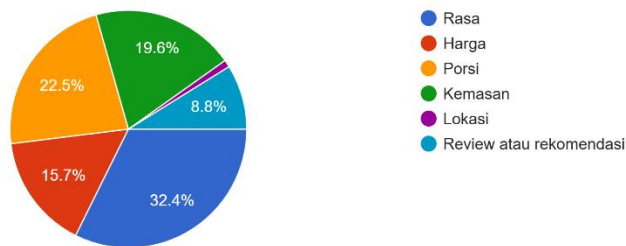
Informasi apa yang wajib ada di kemasan? (Boleh pilih lebih dari satu)

102 responses



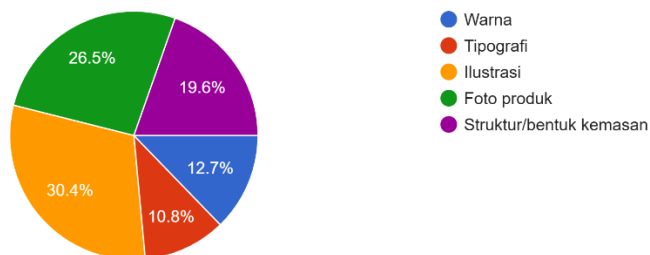
Apa faktor utama Anda memilih makanan siap saji?

102 responses



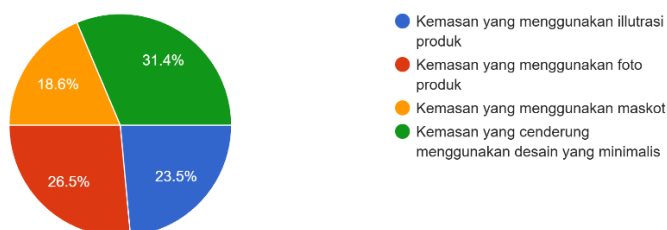
Elemen desain apa yang menurut Anda paling menarik pada sebuah kemasan?

102 responses



Menurut Anda, desain kemasan seperti apa yang paling menarik untuk produk makanan siap saji?

102 responses





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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4. Logbook Bimbingan Tugas Akhir

Logbook Bimbingan						
Table Feed						
As Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	September 24, 2025	Revisi outline, digali lebih lanjut tentang masalah pada kemasan	-Menggali lebih dalam masalah pada kemasan yang digunakan saat ini -Mengidentifikasi kekurangan kemasan dari sisi fungsi, material, dan tampilan.
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	October 1, 2025	Lanjut bab 1, dengan beberapa catatan pada outline seperti: 1. Pastikan lagi identitas visual yang tidak konsisten itu disengaja atau tidak disengaja 2. Pastikan identitas visual usaha yang sesuai target market atau sesuai usaha 3. hapus pengulangan kata brand awareness	-Menjelaskan apakah ketika konsistensi identitas visual merupakan hal yang disengaja atau tidak. -Memastikan kesesuaian identitas visual usaha dengan karakter usaha dan target market. -Menghilangkan pengulangan istilah brand awareness agar pembahasan lebih efektif.
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	October 8, 2025	Beberapa revisi pada judul dan bab 1 seperti - Judul diganti dengan "PERANCANGAN DESAIN KEMASAN UMKM DAPUR MBAK GHINA SEBAGAI MEDIA BRANDING" 1.1 Latar belakang - perbaiki penyusunan kalimatnya, terutama pada "seperti kemasan" - setelah ", " tidak Uppercase _ pada kalimat "pada konteks ini" hapus saja _ bust dalam 1 kalimat. sambungkan dan perhatikan tanda baca format italic. - perbaiki SPOK nya - baca ulang, perbaiki lagi penyusunan kalimatnya, hindari repetitif dan penyusunan kalimat yang tidak efektif - double kata sambung, hapus "juga" - highlightnya ""menarik"" tren masa kini" lau bagaimana masalah dari kemasan yang "berminyak" nya ? 1.2 Rumusan masalah - baca lagi ketentuan dalam pembuatan rumusan masalah pada notion penelitian	Revisi Judul dan Bab 1 - Judul diganti menjadi "PERANCANGAN DESAIN KEMASAN UMKM DAPUR MBAK GHINA SEBAGAI MEDIA BRANDING" 1.1 Latar Belakang - Memperbaiki penyusunan kalimat, terutama pada frasa "seperti kemasan" agar lebih efektif - Penulisan setelah tanda koma (,) tidak menggunakan huruf kapital - Menghapus frasa "pada konteks ini" - Menggabungkan kalimat menjadi satu kalimat utuh dengan memperhatikan tanda baca dan format italic - Memperbaiki struktur SPOK agar lebih jelas - Membaca ulang keseluruhan paragraf untuk menghindari repetisi dan kalimat tidak efektif - Menghapus kata sambung ganda serta kata "juga" yang tidak diperlukan - Menegaskan (highlight) kata "menarik" dan "tren masa kini" - Menjelaskan lebih lanjut permasalahan kemasan, khususnya terkait kemasan yang berminyak dan dampaknya bagi konsumen 1.2 Rumusan Masalah - Menyesuaikan rumusan masalah dengan ketentuan penulisan rumusan masalah berdasarkan panduan penelitian di Notion
Bim ke-4	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Tujuan penelitian Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan	Done	October 15, 2025	Revisi pada bab 1 1.1 Latar belakang - Arahkan kalimat ini kemenuju persaingan menjadi lebih berat karena semakin banyak brand yang sulit memiliki diferensiasi antar brand sehingga brand UMKM sulit bersaing di pasar - pada kalimat "mudah berminyak" ganti dengan Desain kemasan masih sederhana dan kurang menjaga produknya 1.2 Rumusan masalah - ketiga rumusan masalah yang telah dibuat ganti menjadi seperti ini: Desain kemasan Dapur Mbak Ghina masih sederhana dan belum merepresentasikan perusahaan. Bagaimana mengaplikasikan teori desain kemasan pada perancangan kemasan dapur mbak ghina Diperlukan perancangan ulang kemasan yang lebih menarik dan modern yang tidak hanya berfungsi sbagai pelindung bagi produk dan..... 1.3 Ruang lingkup pembahasan - Ditambahkan klasifikasinya - Dibuat lebih detail untuk media pendukung 1.4 Tujuan dan manfaat - Tujuan adalah jawaban dari rumusan mmasalah 1.5 Sistematika penyusunan - Bab 2 jika sudah menemukan teorinya langsung dimasukkan aja - Dapat dimasukkan metode perancangan seperti kualitatif, kuantitatif atau campuran. Dijelaskan juga - Benerin SPOK nya	Revisi Bab 1 1.1 Latar Belakang - Mengarahkan pembahasan pada kondisi persaingan yang semakin ketat karena banyaknya brand dengan karakter serupa, sehingga UMKM sulit memiliki diferensiasi dan bersaing di pasar - Mengganti frasa "mudah berminyak" menjadi "desain kemasan masih sederhana dan kurang menjaga produknya" 1.2 Rumusan Masalah - Mengganti tiga rumusan masalah menjadi: - Desain kemasan Dapur Mbak Ghina masih sederhana dan belum merepresentasikan perusahaan - Bagaimana mengaplikasikan teori desain kemasan pada perancangan kemasan Dapur Mbak Ghina - Diperlukan perancangan ulang kemasan yang lebih menarik dan modern, yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dan mendukung proses branding 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan - Menambahkan klasifikasi ruang lingkup pembahasan - Memperjelas dan merinci pembahasan media pendukung 1.4 Tujuan dan Manfaat - Menyusun tujuan perancangan sebagai jawaban langsung dari rumusan masalah yang telah dibuat 1.5 Sistematika Penyusunan - Bab II langsung memuat teori yang telah ditemukan - Menambahkan metode perancangan (kualitatif, kuantitatif, atau metode campuran) beserta penjelasannya - Memperbaiki struktur SPOK agar kalimat lebih jelas dan efektif



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

Bimbingan ke-5	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan	Done	October 22, 2025	Revisi pada bab 1 1.1 Latar belakang - Dicari info validnya atau diganti - Ada kata setelah titik yang masih lowercase - Hilangkan koma setelah praktiknya - Semua kata modern dihilangkan - Ubah menjadi " yang diharapkan produk dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai jual merek" - Hapus kalimat terakhir 1.2 Rumusan masalah kedua rumusan masalah yang telah dibuat ganti menjadi seperti ini - Kemasan yang digunakan belum mampu mendukung upaya peningkatan brand awareness terhadap produk Dapur Mbak Ghina - Diperlukan pengembangan desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai karakter merek agar mampu menarik perhatian konsumen dan rumusan masalah utamanya menjadi "Bagaimana merancang desain kemasan Dapur Mbak Ghina yang mampu merepresentasikan karakter perusahaan serta memperkuat brand awareness konsumen" 1.4 Tujuan dan Manfaat kedua tujuan yang telah dibuat ganti menjadi seperti ini - Mengidentifikasi faktor penyebab kemasan Dapur Mbak Ghina belum efektif dalam mendukung peningkatan brand awareness - Meningkatkan daya tarik dan citra produk melalui kemasan Dapur Mbak Ghina sebagai media promosi efektif di pasar - Untuk bagian manfaat ada beberapa kata yang tidak perlu menggunakan bold 1.5 Sistematika Penulisan - Ubah menjadi: yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian desain grafis serta mencakup berbagai teori, gagasan, dan prinsip yang relevan dengan isi laporan - Take out bagian bab 4 dan 5	Revisi Bab 1 1.1 Latar Belakang - Mencari sumber informasi yang valid atau mengganti pernyataan yang belum didukung data - Memperbaiki penulisan huruf setelah tanda titik agar menggunakan huruf kapital - Menghilangkan tanda koma setelah kata praktiknya - Menghapus seluruh penggunaan kata modern - Mengubah kalimat menjadi "yang diharapkan produk dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai jual merek" - Menghapus kalimat terakhir pada subbab latar belakang 1.2 Rumusan Masalah - Mengganti rumusan masalah menjadi: - Kemasan yang digunakan belum mampu mendukung upaya peningkatan brand awareness terhadap produk Dapur Mbak Ghina - Diperlukan pengembangan desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai karakter merek agar mampu menarik perhatian konsumen - Menetapkan rumusan masalah utama menjadi "Bagaimana merancang desain kemasan Dapur Mbak Ghina yang mampu merepresentasikan karakter perusahaan serta memperkuat brand awareness konsumen" 1.4 Tujuan dan Manfaat - Mengganti tujuan perancangan menjadi: - Mengidentifikasi faktor penyebab kemasan Dapur Mbak Ghina belum efektif dalam mendukung peningkatan brand awareness - Meningkatkan daya tarik dan citra produk melalui kemasan Dapur Mbak Ghina sebagai media promosi yang efektif di pasar - Menghapus penggunaan bold pada beberapa kata di bagian manfaat yang tidak diperlukan 1.5 Sistematika Penulisan
Bimbingan ke-6	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan		Done	October 29, 2025	Catatan pada bab 2 2.1 Branding - Tambahkan pengertian branding menurut diri sendiri 2.3.4 Material kemasan karton - Judul diganti menjadi "Material kemasan" - Untuk jenis-jenis material kemasan dimasukkan pada bagian 2.3.4 sisanya dilanjutkan pengerjaan bab 2	Catatan Revisi Bab 2 2.1 Branding - Menambahkan pengertian branding menurut pemahaman penulis sendiri sebagai pengantar sebelum teori dari para ahli 2.3.4 Material Kemasan - Mengganti judul subbab menjadi "Material Kemasan" - Memindahkan pembahasan jenis-jenis material kemasan ke dalam subbab 2.3.4 - Melanjutkan pengerjaan Bab 2 dengan menyesuaikan struktur, alur pembahasan, dan keterkaitan antar subbab agar lebih runtut dan saling mendukung
Bimbingan ke-7	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian	Done	November 5, 2025	Catatan pada bab 2 2.4.5 Layout dan Komposisi Visual - Ganti penjelasan layout yang tadinya secara general ke lebih detail pada kemasan lanjutan bab 3	Catatan Revisi Bab 2 2.4.5 Layout dan Komposisi Visual - Mengganti pembahasan layout yang masih bersifat umum menjadi lebih spesifik pada penerapan layout dan komposisi visual pada desain kemasan Lanjutan Bab 3
Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian	Done	November 12, 2025	Catatan pada bab 3 3.1.2 Tahapan Design thinking - Pada bagian empathize khususnya pada kalimat suka makanan dibuat lebih detail atau lebih spesifik ke makanan apa Lanjutan bab 3	3.1.2 Tahapan Design Thinking - Pada tahap empathize, memperjelas dan memperbaiki kalimat yang masih umum, khususnya pada bagian "suka makanan", dengan menyebutkan jenis makanan yang lebih spesifik dan relevan dengan produk Dapur Mbak Ghina - Melanjutkan penulisan Bab 3
Bimbingan ke-9	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor	Done	November 19, 2025	Catatan pada bab 2 - Tambahkan gambar pada sub bab jenis dan material kemasan bab 3 - Lanjutkan cari kompetitor	Catatan Revisi Bab 2 - Menambahkan gambar pendukung pada subbab jenis kemasan - Menambahkan gambar pendukung pada subbab material kemasan untuk memperjelas pembahasan Catatan Bab 3 - Melanjutkan pencarian dan analisis



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

Bimbingan ke-9	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor	Done	November 19, 2025	Catatan pada bab 2 -Tambahkan gambar pada sub bab jenis dan material kemasan bab 3 - Lanjutkan cari kompetitor	Catatan Revisi Bab 2 --Menambahkan gambar pendukung pada subbab jenis kemasan --Menambahkan gambar pendukung pada subbab material kemasan untuk memperjelas pembahasan Catatan Bab 3 --Melanjutkan pencarian dan analisis kompetitor yang relevan
Bimbingan ke-10	Bab 3 Metode Perancangan	Target Audience	Done	November 26, 2025	Bab 1 - Tambahkan penelitian terdahulu - Rumusan masalah ganti ke kalimat pertanyaan - Tujuan dan manfaat sesuaikan dengan rumusan masalah - Ruang lingkup pembahasan dibuat lebih detail - Sistematis penyusunan dibuat lebih detail Bab 2 - Posisi gambar ganti ke tengah kalimat bab 3 -	Bab 1 -- Menambahkan bagian penelitian terdahulu sebagai penguat latar belakang dan landasan penelitian -- Mengubah rumusan masalah ke dalam bentuk kalimat pertanyaan -- Menyesuaikan tujuan dan manfaat agar selaras dan menjawab rumusan masalah -- Membuat ruang lingkup pembahasan lebih detail dan terfokus -- Menyusun sistematika penyusunan secara lebih rinci dan jelas Bab 2 -- Mengubah posisi gambar pada subbab terkait agar diletakkan di tengah paragraf/kalimat pembahasan
Bimbingan ke-11	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis consumer insight	Done	December 3, 2025	Bab 2 -Tambahkan space pada gambar Bab 3 -Consumer insight jumlah responden bisa diperbanyak -Kesimpulan consumer insight ditambahkan presentasinya sisanya lanjutkan progress	Bab 2 --Menambahkan jarak (spacing) pada gambar agar lebih rapi dan mudah dibaca Bab 3 --Menambah jumlah responden pada bagian consumer insight agar data lebih kuat --Menambahkan persentase pada bagian kesimpulan consumer insight untuk memperjelas hasil analisis --Melanjutkan pengerjaan
Bimbingan ke-12	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Creative Brief	Done	December 10, 2025	Bab 2 -Pada sumber gambar direvisi untuk link sumbernya Bab 3 -Analisis swot tambahkan tentang keunggulan haroa produk vano ekonomis	Bab 2 --Merevisi penulisan sumber gambar dengan mencantumkan tautan/link sumber yang jelas dan lengkap Bab 3

Bimt ke-13	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan		Done	March 4, 2026	setelah bimbingan untuk revisi hasil sempro tinggal di lanjutkan bab 4	salah satu kekuatan (<i>strengths</i>) Melanjutkan bab 4
Bimbingan ke-14	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Bab 3 Metode Perancangan		Done	April 8, 2026	-pada creative brief khususnya dibagian kompetitor dibuat kelebihan dan kekurangan masing masing kompetitor yang menjadi celah bagi dapur mbak ghina untuk membuat kemasan dengan branding yang lebih baik -pada bagian moodboard untuk penjelasan gambar layout dibuat lebih jelas atau di zoom -logo pada moodboard sebaiknya diletakan pada bagian yang tidak penuh dengan elemen visual	
Bimbingan ke-15	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		Done	April 29, 2026	-Tambahkan moodboard struktur -Sketsa harus manual kertas	-Menambahkan moodboard struktur -Membuat sketsa struktur kemasan dikertas
Bimbingan ke-16	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		Done	June 1, 2026	-pilih 3 sketsa untuk dijadikan desain komprehensif	-Menyeleksi dan memilih 3 sketsa terbaik untuk dikembangkan menjadi desain komprehensif.
Bimbingan ke-17	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		Done	June 18, 2026	-Lanjut buat pertanyaan untuk testing	-Menyusun pertanyaan untuk testing desain kepada responden. -Menentukan aspek yang akan diuji, seperti daya tarik visual, kejelasan informasi, kesesuaian dengan konsep, serta preferensi terhadap desain.
Bimbingan ke-18	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		Done	June 26, 2026	-Lanjut progress testing -Lanjutkan untuk media turunan hingga kesimpulan	-Melanjutkan proses testing terhadap terpilih yang telah dibuat. -Menyusun kesimpulan berdasarkan proses dan hasil perancangan

+ New page



Lampiran 5. Hasil Cek Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144664054

9% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 8% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id	1%
	Internet	
2	jurnal.umb.ac.id	<1%
	Internet	
3	blog.unnes.ac.id	<1%
	Internet	
4	jurnal.umj.ac.id	<1%
	Internet	

JAKARTA

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



Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

Hak Cipta :

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

ANWAR FAUJI

085155245349
anwarfauji293@gmail.com
Portofolio

Graphic Designer

Ringkasan

Saya adalah mahasiswa program studi Desain Grafis dengan pengalaman mengikuti berbagai proyek selama 8 semester kuliah. Dalam proyek-proyek tersebut, saya bertanggung jawab sebagai desainer yang fokus layouting dan pengembangan konsep. Beberapa proyek yang pernah saya kerjakan meliputi pembuatan desain branding, kemasan, dan buku brand profile. Selain itu, saya juga memiliki keinginan untuk mengembangkan keterampilan di bidang desain grafis.

Pengalaman

- INTERNSHIP AT PPTIK ITB**
Graphic Designer
2021
- INTERNSHIP AT CITIASIA INC.**
Creative Designer
2025 (3 Maret-30 Juni)

Pendidikan

- SMKN 58 JAKARTA**
Desain Komunikasi Visual
2019 - 2022
- POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**
Desain Grafis
2022 - Sekarang

Proyek Akademis

Merancang Desain Kemasan Untuk UMKM 2023 (Maret – Juli)

- Menyusun konsep desain kemasan agar tetap sesuai nilai brand dan juga menarik
- Merancang desain kemasan brand UMKM yang dapat meningkatkan penjualan

Merancang Buku Brand Profile Untuk Brand UMKM 2024 (Maret – Juli)

- Menyusun Konsep desain buku brand profile yang interaktif
- Melakukan layouting pada buku brand profile

Merancang Desain Branding Untuk Produk Makanan 2024 (September – Desember)

- Melakukan penyusunan konsep visual dan kemasan
- Merancang desain kemasan untuk brand
- Merancang visual branding untuk brand seperti pembuatan banner, desain sosial media, dan juga poster