



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN KEMASAN
SEBAGAI MEDIA *BRANDING* UNTUK PAPIPO**



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Kemasan Sebagai Media <i>Branding</i> Untuk Papipo
Penulis	: Dedy Bagas Saputra
Jurusan	: Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi	: Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 7 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP. 198911012025062002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KEMASAN SEBAGAI MEDIA *BRANDING* UNTUK PAPIPO

Oleh:
DEDY BAGAS SAPUTRA
2206421025

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds.
NIP. 199005112019032019

Penguji II

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 198812152018032001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng
NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN KEMASAN SEBAGAI MEDIA *BRANDING* UNTUK PAPIPO

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



Dedy Bagas Saputra

2206421025



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Papipo merupakan *brand fashion* lokal yang menyediakan produk berupa sandal, dengan karakter *fun*, *modern*, dan *stylish*. Sebagai *brand* yang masih dalam tahap pengembangan, Papipo belum memiliki kemasan yang mampu merepresentasikan identitas *brand* secara konsisten, sehingga kemasan belum berfungsi secara optimal sebagai media *branding* untuk membangun *brand awareness*, meningkatkan nilai produk, dan membedakan Papipo dari kompetitor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang kemasan sebagai media *branding* yang mampu memperkuat identitas visual Papipo, meningkatkan *brand awareness*, serta memberikan nilai tambah pada produk. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix methods* dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik *brand*, observasi, studi literatur, dan penyebaran kuesioner kepada perempuan berusia 18-35 tahun sebagai target audiens. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif sebagai dasar penyusunan konsep perancangan. Adapun proses perancangan menerapkan pendekatan *Design Thinking* melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* untuk menghasilkan solusi desain yang berorientasi pada kebutuhan pengguna dan dikembangkan melalui proses penyempurnaan secara bertahap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan kemasan Papipo dilakukan melalui penerapan identitas visual yang konsisten, struktur kemasan yang fungsional, serta elemen grafis yang sesuai karakter *brand*. Penyempurnaan desain berdasarkan hasil pengujian terhadap target audiens menghasilkan kemasan yang berpotensi meningkatkan citra *brand* di mata konsumen. Penerapan elemen grafis berupa ilustrasi *blob shape*, tipografi sans serif, palet warna netral, serta konsep visual *minimal pattern* pada kemasan *box* dan *flowing modern style* pada *paperbag* berhasil menampilkan karakter *fun*, *modern*, dan *stylish* sesuai dengan identitas *brand* Papipo. Media pendukung berupa *hangtag*, *thankyou card*, *styling card* dan *polymailer bag* saling terintegrasi sebagai media *branding*.

Kata Kunci: Kemasan, Media *Branding*, *Brand Awareness*, *Design Thinking*, dan *Fashion*.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Papipo is a local fashion brand that offers women's sandals with a fun, modern, and stylish brand character. As a developing brand, Papipo has not yet established packaging that consistently represents its brand identity. Consequently, its packaging has not functioned optimally as a branding medium to build brand awareness, enhance product value, and differentiate Papipo from its competitors. Therefore, this study aims to design packaging as a branding medium that strengthens Papipo's visual identity, increases brand awareness, and adds value to its products. This study employed a mixed methods approach by combining qualitative and quantitative methods. Data were collected through interviews with the brand owner, observations, literature review, and questionnaires distributed to women aged 18–35 years as the target audience. The collected data were analyzed descriptively to formulate the packaging design concept. The design process adopted the Design Thinking approach, consisting of the Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages, to develop user-centered design solutions through a gradual refinement process. The results show that the packaging design was developed through the consistent application of visual identity, functional packaging structure, and graphic elements that reflect the brand's character. Design improvements based on testing with the target audience resulted in packaging that has the potential to enhance the brand image in consumers' perceptions. The application of graphic elements, including blob shape illustrations, sans serif typography, neutral color palettes, as well as the minimal pattern concept for the box packaging and the flowing modern style concept for the paper bag, successfully conveys Papipo's fun, modern, and stylish brand identity. Supporting materials, including hang tags, thank-you cards, styling cards, and polymailer bag are also integrated into the packaging system as branding media.

Keywords: *Packaging, Branding Media, Brand Awareness, Design Thinking, and Fashion.*



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Kemasan Sebagai Media *Branding* Untuk Papipo” dengan baik dan sesuai waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta. Selain itu, penulisan ini juga menjadi wadah bagi penulis untuk menerapkan berbagai teori dan konsep desain komunikasi visual yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam sebuah proyek nyata, khususnya dalam bidang desain kemasan produk *fashion* yang berperan penting dalam membangun identitas serta citra sebuah *brand*.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran baru, mulai dari proses riset, analisis *brand*, hingga penerapan elemen visual dalam desain kemasan. Melalui proyek ini, penulis semakin memahami bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga memiliki peran strategis sebagai media komunikasi yang membentuk persepsi dan citra sebuah *brand* di mata konsumen.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan selama proses penyusunan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Dr. Syamsurizal S.E., M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M. M. Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ardyta Praviasari, M.Ds. sebagai Dosen Pembimbing dari jurusan dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulisan ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Desain Grafis, di Politeknik Negeri Jakarta, yang telah berbagi ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Pihak *Brand* Papipo, selaku klien yang telah memberikan izin, informasi, dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan perancangan desain sebagai bagian dari penelitian ini.
7. Teman-teman ABP dan rekan seperjuangan, yang telah memberikan bantuan, inspirasi, serta dukungan selama proses penyusunan hingga tahap akhir.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, baik dalam segi penulisan maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi mahasiswa dan desainer grafis lainnya yang tertarik untuk mengembangkan desain kemasan sebagai sarana komunikasi visual dan *branding* dalam industri *fashion* lokal.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Dedy Bagas Saputra

NIM: 2206421025



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	9
2.1 Media Branding	9
2.1.1 Fungsi Media Branding.....	9
2.1.2 Jenis-Jenis Media Branding	11
2.2 Kemasan.....	11
2.2.1 Fungsi Kemasan	12
2.2.2 Jenis-Jenis Kemasan.....	13
2.3 Desain Kemasan.....	14
2.3.1 Material Kemasan	15
2.3.2 Struktur Kemasan.....	17
2.4 Desain Grafis Kemasan.....	19
2.4.1 Elemen Desain Grafis	19
2.4.2 Prinsip Desain	31
2.5 Metode Riset Desain	37
BAB III METODE PERANCANGAN.....	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Data dan Analisis	42
3.2.1 Profile Client	42
3.2.2 Product Knowledge	44
3.2.3 Target Audience	45
3.2.4 Kompetitor	45



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	48
3.2.6 <i>Positioning</i>	51
3.2.7 Analisis SWOT	51
3.3 Arahan Kreatif (<i>Creative Brief</i>)	53
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	57
4.1 Konsep Visual	57
4.1.1 <i>Mindmap</i>	57
4.1.2 <i>Moodboard</i>	59
4.2 Proses Desain	61
4.2.1 Sketsa Struktur Kemasan	61
4.2.2 Sketsa Awal	66
4.2.3 Sketsa Manual	66
4.2.4 Desain Komprehensif	76
4.2.5 Desain Terpilih	82
4.2.6 <i>Prototype</i>	85
4.2.7 Testing	86
4.2.8 <i>Technical Drawing</i>	90
4.2.9 <i>Final Artworks</i>	91
4.3 Media Pendukung	99
4.4 Pertimbangan Produksi	102
BAB V	105
5.1 Simpulan	105
5.2 Saran	107
DAFTAR REFRENSI	109
LAMPIRAN	

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kemasan Primer	13
Gambar 2. 2 Kemasan Sekunder.....	14
Gambar 2. 3 Kemasan Tersier.....	14
Gambar 2. 4 Karton Gelombang	16
Gambar 2. 5 Kertas Kraft	16
Gambar 2. 6 <i>One Piece Box</i>	17
Gambar 2. 7 <i>Two Picce Box</i>	18
Gambar 2. 8 <i>Straight Tuck Box</i>	18
Gambar 2. 9 <i>Lock Bottom tuck Box</i>	19
Gambar 2. 10 <i>Serif</i>	20
Gambar 2. 11 <i>Sans Serif</i>	21
Gambar 2. 12 <i>Script</i>	21
Gambar 2. 13 <i>Black Latter</i>	22
Gambar 2. 14 Warna Primer	22
Gambar 2. 15 Warna Sekunder	23
Gambar 2. 16 Warna Intermediate	23
Gambar 2. 17 Warna Tersier.....	24
Gambar 2. 18 Warna Kuarter	24
Gambar 2. 19 Warna Komplemeter	25
Gambar 2. 20 Warna Triadik	25
Gambar 2. 21 Warna Split Komplementer.....	26
Gambar 2. 22 Warna Tertradik	26
Gambar 2. 23 Warna Analog	27
Gambar 2. 24 Warna Monokrom	27
Gambar 2. 25 Foto.....	30
Gambar 2. 26 Ilustrasi	30
Gambar 2. 27 Keseimbangan Simetris.....	31
Gambar 2. 28 Keseimbangan Asimetris.....	32
Gambar 2. 29 Keseimbangan Radial.....	32
Gambar 2. 30 Prinsip Titik Fokus	33
Gambar 2. 31 Prinsip Hirarki Visual.....	33
Gambar 2. 32 Prinsip Kontras	34
Gambar 2. 33 Prinsip Irama	34
Gambar 2. 34 Prinsip Kesatuan.....	35
Gambar 2. 35 Prinsip Proporsi	35
Gambar 2. 36 Prinsip Penyelarasan	36
Gambar 2. 37 Prinsip Ruang Kosong.....	37
Gambar 3. 1 <i>Profile Client</i>	44
Gambar 3. 2 Hulm.....	46
Gambar 3. 3 Winod.....	47
Gambar 3. 4 Damelia	48
Gambar 3. 5 <i>Matrix Positioning</i>	51



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Gambar 4. 1 Hasil <i>Mindmap</i>	58
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Visual Surface</i>	59
Gambar 4. 3 <i>Moodboard</i> Struktur Kemasan	60
Gambar 4. 4 Sketsa Struktur Alternatif 1	62
Gambar 4. 5 Sketsa Struktur Alternatif 2	63
Gambar 4. 6 Sketsa Struktur Alternatif 3	63
Gambar 4. 7 Sketsa Struktur Alternatif 1	64
Gambar 4. 8 Sketsa Struktur Alternatif 2	65
Gambar 4. 9 Sketsa Struktur Alternatif 3	65
Gambar 4. 10 Sketsa Kasar Awal	66
Gambar 4. 11 Sketsa Manual Alternatif 1	68
Gambar 4. 12 Sketsa Manual Alternatif 2	69
Gambar 4. 13 Sketsa Manual Alternatif 3	70
Gambar 4. 14 Sketsa Manual Alternatif 4	71
Gambar 4. 15 Sketsa Manual Alternatif 5	71
Gambar 4. 16 Sketsa Manual Alternatif 1	72
Gambar 4. 17 Sketsa Manual Alternatif 2	73
Gambar 4. 18 Sketsa Manual Alternatif 3	74
Gambar 4. 19 Sketsa Manual Alternatif 4	75
Gambar 4. 20 Sketsa Manual Alternatif 5	76
Gambar 4. 21 Sketsa Komprehensif Alternatif 1	77
Gambar 4. 22 Sketsa Komprehensif Alternatif 2	78
Gambar 4. 23 Sketsa Komprehensif Alternatif 3	79
Gambar 4. 24 Sketsa Komprehensif Alternatif 1	80
Gambar 4. 25 Sketsa Komprehensif Alternatif 2	81
Gambar 4. 26 Sketsa Komprehensif Alternatif 3	81
Gambar 4. 27 Desain Box Terpilih	83
Gambar 4. 28 Desain <i>Paper Bag</i> Terpilih.....	83
Gambar 4. 29 <i>Mockup</i> Digital Kemasan Box dan <i>Paper Bag</i>	85
Gambar 4. 30 Dummy Cetak Kemasan Box dan <i>Paper Bag</i>	86
Gambar 4. 31 <i>Testing</i> Product Dalam Kemasan	87
Gambar 4. 32 <i>Testing</i> Product Dalam Kemasan.....	88
Gambar 4. 33 Temuan <i>Testing</i> Pada Konsumen.....	88
Gambar 4. 34 <i>Technical Drawing</i> Kemasan <i>Paper Bag</i>	90
Gambar 4. 35 <i>Technical Drawing</i> Kemasan Box	91
Gambar 4. 36 FAW Kemasan Box Papipo	92
Gambar 4. 37 FAW Kemasan <i>Paper Bag</i> Papipo.....	93
Gambar 4. 38 Font Poppins.....	93
Gambar 4. 39 Font Dongle.....	94
Gambar 4. 40 Penerapan Warna Pada Kemasan.....	95
Gambar 4. 41 Ilustrasi	96
Gambar 4. 42 Media Turunan <i>Hangtag</i> Baju dan Tas	99
Gambar 4. 43 Media Turunan <i>Thankyou Card</i>	100
Gambar 4. 44 Media Turunan <i>Styling Card</i>	101
Gambar 4. 45 Media Turunan <i>Polymailer Bag</i>	102



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Psikologis</i> Warna	28
Tabel 3.1 Analisis SWOT	52
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	54
Tabel 4.1 Hasil <i>Testing Target Audience</i>	89
Tabel 4.2 Total Estimasi Biaya Produksi.....	104





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA

LAMPIRAN 2 HASIL KUESIONER

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI RISET

LAMPIRAN 4 LOGBOOK BIMBINGAN TA

LAMPIRAN 5 HASIL CEK TURNITIN

LAMPIRAN 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri *fashion* di Indonesia terus mengalami kemajuan yang signifikan sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya kesadaran akan penampilan. Menurut Oktaviana & Rahmawan (2023), berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) industri pakaian jadi mengalami pertumbuhan sebesar 29,19% per tahun. Bahkan pada kuartal I tahun 2019, industri *fashion* menjadi sektor dengan pertumbuhan produksi tertinggi dibandingkan sektor industri lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk *fashion* terus meningkat sehingga mendorong semakin banyaknya *brand fashion* lokal yang menghadirkan produk dengan konsep, desain, dan karakter yang beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, *fashion* saat ini tidak lagi hanya berfungsi sebagai pakaian untuk melindungi tubuh, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas diri, menunjukkan status sosial, dan mencerminkan pencapaian seseorang (Krismajayanti et al., 2025). Perubahan fungsi *fashion* tersebut terlihat terutama pada Generasi Z dan Generasi Milenial yang aktif menggunakan media sosial. Melalui media sosial, mereka lebih mudah mengikuti tren, memperoleh inspirasi gaya berpakaian, serta menampilkan identitas melalui pilihan *fashion* yang digunakan.

Pesatnya perkembangan industri *fashion* dan bertambahnya jumlah *brand* lokal di Indonesia turut menciptakan persaingan yang semakin kompetitif. Kondisi ini membuat setiap pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga perlu memiliki strategi yang dapat membedakan *brand* mereka dari kompetitor agar tetap relevan dan mudah dikenali oleh konsumen. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu memiliki kreativitas dalam membangun identitas *brand* agar produknya dapat dikenal dan dibedakan dari kompetitor. Identitas *brand* berfungsi sebagai media komunikasi yang membantu menyampaikan karakter, nilai, dan keunikan suatu *brand* kepada konsumen. Melalui identitas *brand* yang kuat dan konsisten, konsumen akan lebih mudah



© 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

mengenali, mengingat, serta membangun persepsi positif terhadap suatu *brand* sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, penggunaan desain kemasan yang menarik dan kreativitas dalam pengembangan produk juga dapat memberikan nilai tambah serta meningkatkan daya tarik *brand*. Kombinasi antara identitas *brand* yang kuat, kemasan yang menarik, dan inovasi produk akan membantu sebuah *brand* menciptakan kesan yang berbeda di benak konsumen. (Bhakti & Sungkono, 2023).

Di tengah persaingan brand fashion lokal yang semakin padat, persepsi konsumen menjadi faktor penting dalam menentukan apakah suatu brand mampu menarik perhatian dan diingat oleh pasar. Persepsi tersebut mulai terbentuk sejak konsumen pertama kali melihat suatu produk, salah satunya melalui kemasan. Oleh karena itu, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media yang dapat memberikan kesan awal mengenai kualitas, nilai, dan karakter suatu produk sebelum konsumen menggunakannya (Mayura et al., 2021). Dengan kata lain, kemasan memiliki peran penting dalam membentuk penilaian awal konsumen terhadap suatu brand.

Lebih lanjut, desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa visual kemasan memiliki peran penting dalam membangun brand recognition atau kemampuan konsumen untuk mengenali sebuah brand (Rohmatillah et al., 2025).

Dengan demikian, desain kemasan dapat digunakan sebagai media informasi yang efektif karena mampu menyampaikan informasi produk kepada konsumen secara lengkap dengan biaya dan waktu yang efisien (Huznuzharif & Khabibah, 2022). Namun, pada praktiknya masih banyak kemasan yang hanya berfokus pada fungsi sebagai pelindung produk tanpa memperhatikan aspek estetika, konsistensi visual, dan pengalaman konsumen (Agustina et al., 2024). Akibatnya, apabila desain kemasan tidak selaras dengan identitas brand, pesan yang ingin disampaikan menjadi kurang efektif sehingga dapat mengurangi nilai, daya tarik, dan citra produk di mata konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, banyak *brand fashion* lokal berusaha menghadirkan konsep dan karakter yang berbeda agar mampu menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah Papipo, sebuah *brand fashion* lokal yang baru diluncurkan dengan mengusung konsep *fun*, *modern*, dan *stylish*. Papipo hadir tidak hanya untuk mengikuti tren *fashion*, tetapi juga ingin mencerminkan identitas dan gaya hidup masyarakat urban, khususnya generasi mudah di Jakarta. Oleh karena itu, Papipo menargetkan konsumen yang ingin tampil percaya diri, dinamis, dan tetap mengutamakan kenyamanan serta kepraktisan dalam berbusana.

Sebagai *brand* yang baru diluncurkan, Papipo masih membutuhkan kemasan yang mampu mempresentasikan identitas *brand* secara jelas. Kemasan tersebut harus dapat mencerminkan karakter *fun*, *modern*, dan *stylish* sekaligus memberikan kesan profesional, bernilai, dan memiliki keunikan dibandingkan kompetitor. Oleh karena itu, perancangan desain kemasan tidak hanya perlu memperhatikan fungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga aspek visual, estetika, dan komunikasi *brand* agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh konsumen. Tanpa kemasan yang mendukung identitas *brand*, Papipo berisiko hanya dipandang sebagai produk *fashion* biasa tanpa karakter yang kuat, sehingga upaya membangun *brand awareness*, menciptakan citra *brand* yang positif, dan meningkatkan loyalitas konsumen menjadi kurang optimal.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemasan memiliki peran strategis dalam membangun *branding* produk *fashion* menyatakan bahwa “Pembuatan desain kemasan juga berfungsi sebagai media promosi yang tidak dapat diabaikan” karena visual pada kemasan harus mampu menyampaikan pesan dan kesan yang memberikan nilai bagi perusahaan (Wibisono et al., n.d.). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemasan merupakan bagian penting dari strategi *branding*. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada strategi *branding* pada UMKM *fashion* yang telah beroperasi dan mengevaluasi kondisi sebelum maupun sesudah perancangan. Penelitian tersebut belum membahas secara khusus perancangan kemasan sebagai media *branding* untuk *brand fashion* yang baru diluncurkan sejak tahap awal pembentukan identitas *brand*. Oleh karena itu, masih terdapat



© 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

kesenjangan penelitian yang menjadi dasar perlunya perancangan kemasan sebagai media *branding* bagi *brand fashion* baru, seperti Papipo.

Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai perancangan kemasan pada *brand fashion* lokal yang baru diluncurkan, khususnya yang menysasar generasi muda urban. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan merancang kemasan Papipo sebagai media *branding* sejak tahap awal pembentukan *brand*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menerapkan metode *design thinking* yang berpusat pada kebutuhan pengguna melalui tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Dengan pendekatan tersebut, desain kemasan diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai wadah atau pelindung produk, tetapi juga mampu menjadi media *branding* yang efektif dalam menyampaikan identitas dan karakter Papipo kepada konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemasan memiliki peran strategis tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media yang membantu identitas dan membedakan suatu *brand* dari kompetitornya. Oleh karena itu, bagi Papipo sebagai *brand fashion* lokal yang baru akan diluncurkan, diperlukan perancangan kemasan yang mampu mengkomunikasikan karakter *brand* secara konsisten serta menampilkan visual yang menarik agar lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan solusi berupa perancangan desain kemasan yang mampu mengkomunikasikan identitas dan nilai *brand* Papipo secara konsisten melalui elemen visualnya. Dengan demikian, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga dapat memberikan pengalaman yang positif dan berkesan bagi konsumen sehingga membantu meningkatkan *brand awareness* terhadap Papipo (Susilawati et al., 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah menjadi dasar dalam penelitian ini karena membantu menentukan fokus yang akan dibahas dan diselesaikan melalui proses perancangan desain kemasan Papipo. Dalam penelitian ini, rumusan masalah digunakan untuk



© 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

mengidentifikasi permasalahan utama yang berkaitan dengan perancangan kemasan sebagai media *branding*. Rumusan masalah tersebut berfokus pada dua hal, yaitu:

1. Bagaimana merancang kemasan Papipo yang mampu membangun citra *brand* di mata konsumen?
2. Bagaimana menerapkan elemen-elemen grafis pada kemasan agar dapat menampilkan karakter *fun*, *modern*, dan *stylish* sesuai dengan identitas *brand* Papipo?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup penelitian ditetapkan agar proses perancangan tetap fokus pada tujuan yang ingin dicapai dan tidak membahas hal-hal di luar topik. Dengan adanya batasan ini, penelitian dapat dilakukan secara lebih terarah dan sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

Pada penyusunan dan penelitian Tugas Akhir ini, terdapat pembahasan fokus pada ruang lingkup sebagai berikut:

1. Proses perancangan dan pengembangan kemasan untuk produk Papipo, yaitu sandal.
2. Kemasan yang dirancang terdiri dari dua jenis, yaitu *box* produk sebagai kemasan primer yang berfungsi melindungi produk dari kerusakan, serta *paper bag* sebagai kemasan sekunder yang digunakan untuk membawa dan mengemas produk sekaligus memberikan nilai tambah secara visual serta memperkuat identitas *brand* Papipo.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan Papipo yang dapat berfungsi sebagai media *branding*, sehingga mampu memperkuat identitas *brand* dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menerapkan konsep visual dan struktur kemasan yang sesuai dengan karakter Papipo agar menghasilkan desain yang menarik, fungsional, dan konsisten.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang kemasan Papipo yang mampu membangun citra brand dan memperkuat identitas visual sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen.
- b. Menerapkan elemen-elemen grafis pada kemasan, seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak, sehingga dapat merepresentasikan karakter fun, modern, dan stylish sesuai dengan identitas brand Papipo.

2. Manfaat

- a. Manfaat bagi brand Papipo

Hasil perancangan kemasan diharapkan dapat menjadi media branding yang mampu memperkuat identitas visual Papipo, meningkatkan daya tarik produk, serta memberikan nilai tambah yang dapat membedakan Papipo dari kompetitor.

- b. Manfaat bagi konsumen

Kemasan yang dirancang diharapkan mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik melalui tampilan yang menarik, informasi yang mudah dipahami, serta mencerminkan karakter brand sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk Papipo.

- c. Manfaat bagi Akademisi

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti yang ingin mengembangkan kajian mengenai desain kemasan dan branding, khususnya pada produk fashion lokal.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menyusun laporan penelitian secara teratur agar isi pembahasannya mudah diikuti. Dengan adanya urutan penulisan yang jelas, pembaca dapat memahami alur penelitian mulai dari latar belakang,



Hak Cipta :

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

proses perancangan, hingga hasil yang diperoleh. Adapun sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang yang memuat fenomena, fakta, serta permasalahan terkait pentingnya perancangan desain kemasan sebagai media *branding* bagi *brand fashion* lokal Papipo. Selain itu, disajikan pula berbagai teori dan penelitian terdahulu yang mendukung pentingnya kemasan dalam membangun identitas dan citra *brand*. Bab ini juga memuat rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai acuan penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi kajian teori yang menjadi dasar dalam proses perancangan desain kemasan sebagai media *branding*. Teori - teori yang dibahas meliputi *branding*, kemasan, desain grafis, elemen-elemen desain grafis, prinsip desain, struktur kemasan, psikologi warna, tipografi, ilustrasi, serta metode *Design Thinking*. Seluruh teori diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber akademik lain yang relevan sebagai landasan dalam proses penelitian dan perancangan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan metode penelitian dan metode perancangan yang digunakan dalam proses perancangan kemasan Papipo. Penelitian menggunakan pendekatan *mix methods* dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, observasi, dan studi literatur. Selain itu, bab ini memuat profil Papipo, *product knowledge*, target *audience*, analisis kompetitor, *constumer insight*, *positioning*, serta hasil analisis SWOT. Data-data tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan arahan kreatif dan



Hak Cipta :

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

pengembangan konsep desain kemasan Papipo sebagai media *branding*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai hasil proses perancangan desain kemasan Papipo sebagai media *branding*. Tahapan perancangan dimulai dari penyusunan konsep visual melalui proses *mind mapping* dan *moodboard*, dilanjutkan dengan pembuatan alternatif sketsa, pengembangan desain digital, pemilihan desain terbaik, penyempurnaan *final artwork*, pembuatan *prototype*, serta proses *testing* dan evaluasi. Selain itu, pada bab ini juga dibahas penerapan desain kemasan pada berbagai media pendukung sebagai bagian dari strategi *branding* Papipo.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan proses perancangan desain kemasan Papipo sebagai media *branding*. Selain itu, disampaikan pula saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan *brand* Papipo maupun sebagai referensi untuk penelitian dan perancangan desain kemasan pada bidang yang sejenis di masa mendatang.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Bab ini merupakan bagian penutup dari tugas akhir mengenai Perancangan Kemasan sebagai Media *Branding* untuk Papipo. Berdasarkan seluruh rangkaian proses yang telah dilakukan, mulai dari identifikasi permasalahan, pengumpulan dan analisis data, proses perancangan, hingga pengujian desain, diperoleh hasil yang menjadi dasar dalam penyusunan simpulan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Papipo dalam pengembangan kemasan serta menjadi referensi bagi penelitian dan perancangan sejenis di masa mendatang.

1. Proses perancangan desain kemasan Papipo ini menggunakan *mix method* dengan pendekatan metode riset *design thinking*. Pada metode tersebut tahap yang dilakukan pertama yaitu tahap *emphatize* dengan melakukan wawancara dengan Resvia Putri sebagai *owner* dari Papipo untuk menggali *brand*. Observasi dilakukan secara tidak langsung dengan mengamati referensi kemasan melalui media sosial, *brand fashion* lain yang memiliki target pasar serupa, serta toko-toko *fashion*. *Survey* juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada *target market* Papipo hingga didapat *cunsomer insight*. Data yang didapat pada tahap *Emphatize* kemudian di analisis pada tahap *define* untuk menemukan permasalahan utama. Data diolah dengan menggunakan metode SWOT untuk menentukan strategi perancangan kemasan yang sesuai dengan permasalahan utama, lalu diolah dalam bentuk *creative brief*. Strategi perancangan yang telah didapat kemudian dipecahkan melalui pendekatan kreatif, diawali dengan menggunakan metode *brainstorming* pada tahap *ideate*. Teknik *mindmapping* dilakukan untuk mengembangkan kata pada *tone* serta *manner* hingga didapat kata *key visual* yang sesuai yaitu *modern*, *fun*, dan *stylish*. Kata kunci yang didapat kemudian di visualisasikan ke dalam bentuk *moodboard* yang mencerminkan gaya desain, meliputi ilustrasi *blob shape*, tipografi *poppins*

Hak Cipta :

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

dan dogle, *sans serif*, dan terdiri dari 3 palet warna. Selanjutnya dilakukan tahap sketsa kasar untuk mendapatkan gambaran tema *modern, fun*, dan *stylish* setelah itu dibuat 5 alternatif desain manual. Kemudian, dipilih 3 menjadi desain komprehensif yang menggambarkan konsep secara lebih detail, lalu digital desain terpilih untuk dilakukan proses *prototyping*. Yang dimana proses *prototyping* ialah untuk membuat model cetak dari desain yang terpilih. Pada tahap ini, terdapat penyesuaian dan perbaikan terkait struktur kemasan *box* dan *paper bag* dengan *desain surface*. Hingga model cetak dapat dilakukan pengujian pada tahap *test* untuk menguji ketahanan, fungsi, dan kesesuaian visual dengan karakter *brand* yaitu *modern, fun*, dan *stylish*. Dengan demikian, melalui tahapan tersebut diperoleh strategi perancangan kemasan yang berfokus pada pembentukan identitas visual yang konsisten, pemilihan struktur kemasan yang fungsional, serta penerapan elemen grafis yang sesuai dengan karakter Papipo sehingga kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media *branding* yang berpotensi meningkatkan citra *brand* dimata konsumen.

2. Penerapan konsep *visual surface* pada perancangan kemasan *box* menggunakan tema *minimal pattern* yang menampilkan identitas visual secara lebih sederhana dengan penggunaan *pattern* yang tidak terlalu mendominasi permukaan kemasan. Konsep ini memberikan kesan bersih, rapih, dan *modern* sekaligus membuat perhatian konsumen langsung tertuju pada logo Papipo. Warna yang digunakan tetap mengombinasikan warna *dark taupe* (#6E665B), *warm taupe* (#82796E), *medium gray* (#B0B0B0), dan *off white* (#EDEDED) untuk menjaga konsistensi identitas visual *brand*. *Font* yang digunakan adalah *sans serif* dengan karakter sederhana dan *modern*. Untuk *font* logo menggunakan ukuran yang lebih besar dibandingkan elemen lainnya agar menjadi fokus utama pada bagian depan kemasan. Penggunaan *font* tersebut membantu meningkatkan keterbacaan informasi. Adapun informasi ukuran produk tetap ditempatkan pada bagian atas kemasan dan informasi media sosial diletakkan pada bagian bawah bersama slogan sehingga mudah ditemukan setelah konsumen melihat logo.

Hak Cipta :

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

Adapun pada kemasan *paper bag*, menggunakan tema *flowing modern style* yang mengangkat karakter *brand fashion modern*, minimalis, dan fleksibel. Melalui penerapan *blob shape* yang mengalir maka menciptakan kesan visual yang jelas, lebih luwes, dan dinamis. Jenis huruf yang digunakan adalah *font sans serif* karena memiliki bentuk yang sederhana, bersih, dan mudah dibaca. Logo Papipo ditempatkan pada bagian tengah depan sebagai daya tarik sehingga menciptakan keseimbangan antara elemen dekoratif dan elemen identitas agar kemasan terlihat lebih dinamis tanpa mengurangi keterbacaan logo. Penempatan *tagline* yang berada dibawah logo dengan jarak yang proposional tetap terbaca dengan jelas. Maka, adanya kombinasi penggunaan warna netral, ilustrasi *blob shape*, tipografi sans serif, *minimal pattern*, serta prinsip desain yang seimbang (*asymmetrical balance*) mampu menampilkan karakter visual yang *fun*, *modern*, dan *stylish* sehingga identitas *brand* Papipo tersampaikan secara konsisten melalui seluruh media kemasan.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan desain kemasan Papipo sebagai media *branding* yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Melihat potensi usaha Papipo yang dapat terus berkembang, disarankan untuk menerapkan konsistensi visual yang dapat mengkomunikasikan citra *brand* pada kemasan serta desain turunan di media sosial. Konsistensi ini penting dilakukan agar konsumen dapat mengenali dan mengingat merek melalui ciri khas yang ditampilkan dalam desain. Selain itu, penerapan desain yang mencerminkan identitas *brand* secara konsisten diharapkan dapat meningkatkan *brand recognition* serta memperkuat *brand recall*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan uji efektivitas atau evaluasi secara kuantitatif terhadap desain kemasan yang dirancang guna mengukur pengaruhnya terhadap persepsi konsumen. Pengujian tersebut dapat dilakukan pada aspek *brand awareness*, *brand recognition*, *brand recall*, minat beli, serta kepuasan konsumen sehingga dapat diketahui sejauh

© 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

mana desain kemasan mampu mendukung tujuan *branding* Papipo. Selain itu, penelitian juga dapat dikembangkan dengan mengkaji strategi yang lebih mendalam dalam membangun hubungan emosional antara *brand* dan konsumen melalui desain kemasan.





Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR REFRENSI

- Adiputra, I. G., Sunarja, A. G. K., Susanto, F., & Declan, J. (2025). Pelatihan Strategi Branding Untuk Membangun Identitas Brand Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Di Desa Jayamekar. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 5(6), 462–469. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.V5i6.1400>
- Agustina, R., Andayani, E., & Nurfaizana, D. R. (2024). Branding: Membuat Desain Kemasan Produk Nasi Kebuli Pondok Pesantren Ar-Riyadh Pasuruan Dengan Metode Participatory Rural Appraisal: Branding: Creating Packaging Design For Rice Kebuli Products At Ar-Riyadh Islamic Boarding School Pasuruan With The Participatory Rural Appraisal Method. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(11), 1866–1922. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.V9i11.8276>
- Ariodutho, S., Sugiyanti, L., Larasati, A., & Sukmawati, I. (2023). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Persepsi Kualitas Dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*.
- Aryani, M., Septika, B. H., Krisnahadi, T., Ilhamalimy, R. R., & Supratman, S. (2022). Pelatihan Pengemasan Dan Labeling Produk Untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran Bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 577. <https://doi.org/10.33394/jpu.V3i3.6003>
- Astiti, Dr. Ir. N. M. A. G. R. (2023). *Pentingnya Kemasan Dalam Pemasaran Produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Awaludin, M. I., & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 9.
- Bakrie, U., & Wijaya, B. S. (2019). Branding. *Jobmark: Journal Of Branding And Marketing Communication*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.36782/jobmark.V1i1.149>

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis*. Pnj Press Digital Book.
<https://Press.Pnj.Ac.Id/Book/2023/2/Dwiagnes-Bukudasar-Dasardesaingrafis2023/#Page=8>
- Basiroen. (2024). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV)* (Erfina Rianty). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Bhakti, A. D. P., & Sungkono, F. P. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Peningkatan Brand Awareness Janus Coffee & Roastery. *Citradirga : Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 5(02), 21–34. <https://doi.org/10.33479/Cd.V5i02.725>
- Chidtian, A. S. C. R., Alamiyah, S. S., & Atasa, D. (2023). Perancangan Kemasan Produk Kelompok Petani Kopi Sumber Wandhe. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(2), 119–127.
<https://doi.org/10.35134/Judikatif.V5i2.144>
- Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho, O. F. (2021). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna Pada Pendekatan Steam Ditinjau Dari. *Pengabdian Masyarakat Tahun 2021*.
- Erlyana, Y. (2018a). Analisis Desain Kemasan Mi Instan Edisi Khusus Indomie Tempo Doeloe. *Jurnal Titik Imaji*.
- Erlyana, Y. (2018b). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Khusus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi “Mpo Romlah.” *Universitas Bunda Mulia*. <https://doi.org/10.30813/Ncei.V0i0.1316>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/Eps.V2i2.459>
- Galingging, R., Fatta, A. A., & Sitompul, T. (2024). Perancangan Kemasan Sekunder Madu Kelulut Ohanni Dalam Upaya Meningkatkan Nilai Jual Produk. *Nusantara Journal Of Multidisciplinary Science*, 1(12).
<https://doi.org/10.60076/Njms>
- Griber, Y. A., Samoilova, T., Al-Rasheed, A. S., Bogushevskaya, V., Cordero-Jahr, E., Delov, A., Gouaich, Y., Manteith, J., Mefoh, P., Odetti, J. V.,

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Politi, G., & Sivova, T. (2024). “Bermain” Dengan Warna: Seberapa Miripkah “Geometri” Warna? Harmoni Dalam Ruangan Warna Cielab Di Berbagai Negara? *Arts*, 13(2), 53. <https://doi.org/10.3390/Arts13020053>
- Gunawan, A. P. (2015). Genre Fotografi Yang Diminati Oleh Fotografer Di Indonesia. *Humaniora*, 5(2), 1234. <https://doi.org/10.21512/Humaniora.V5i2.3266>
- 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>
- Hakim, Y. N. (2022). Perancangan Desain Surface Kemasan Sekunder Sachet Bir Pletok Untuk SB Setu Babakan. *Repository Pnj*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/5887>
- Hanindhaputri, M. A. (2018). Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo. *Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Teknologi Bisnis (SENADA)*.
- Huznuzharif, A. H., & Khabibah, U. (2022). Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Dengan Menggunakan Corel Draw Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Geprek Seuhah Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8.
- Imam Arief. (2018). *Pengembangan Kemasan Panci Teflon “UD. Jaya Mandiri” Sebagai Upaya Meningkatkan Citra* [Tugas Akhir]. Stikom Surabaya.
- Ismail Sulaiman. (2021). *Pengemasan Dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*. Syiah Kuala University Press.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/Nirmana.23.2.123-129>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/Jiei.V7i2.2649>



© 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

- Krismajayanti, N. P. A., Nurmalasari, M. R., Prawitasari, P. P., & Megawati, A. P. (2025). Minat Beli Konsumen: Antara Tren, Gaya Dan Kebutuhan Pada Produk Fashion Gurl Bucket. *Jurnal Of Islamic Business Management Studies*.
- Maulidha, P. Q., Hikmatyar, A. A. P., & Prawira, N. G. (2021). Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk Yogurt Heavenly Blush Sebagai Upaya Pemasaran Produk Dan Event. *Finder, Jurnal UPI*.
- Mayura, A. A. G. A. S., Sucipta, I. N., & Diah Kencana, P. K. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Bahan Dan Disain Kemasan Jambu Kristal (Psidium Guajava) Ramah Lingkungan. *Jurnal BETA (Biosistem Dan Teknik Pertanian)*, 9(2), 242.
<https://doi.org/10.24843/JBETA.2021.V09.I02.P11>
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna Dan Desain*. Cv Andi Offset.
- Nurjayanti, N., & Arifin, I. (2025). Implementasi Strategi Digital Branding Melalui Media Sosial Di Indonesia. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya) : Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1.
<https://doi.org/10.35329/Mitzal.V10i1.6104>
- Oktaviana, I., & Rahmawan, G. (2023). Minat Beli International Fashion Brand Di Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 521–532.
<https://doi.org/10.31959/Jm.V12i3.1662>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2024). Model Penggunaan Kombinasi Warna Pada Desain Kemasan Makanan Ringan Terhadap Minat Konsumen. *Jurnal Desain*, 12(1), 156.
<https://doi.org/10.30998/Jd.V12i1.21050>
- Prasetya, D., Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2023a). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.36982/Jsdb.V8i1.2894>
- Prasetya, D., Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2023b). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.36982/Jsdb.V8i1.2894>



© 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

- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*. <https://doi.org/10.29259/Jmbs.V13i1.3335>
- Rohmatillah, R. A., Rahmi Oktaviani, N., & Setia Dewi, D. (2025). Perancangan Desain Kemasan Minuman Teh Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(02), 154–164. <https://doi.org/10.32664/Mavis.V70i2.2006>
- Saipul, S., Rahmawati, U., Widyastuti, W., Elisabeth, C. R., & Haryanto, R. (2025). Membangun Branding Melalui Komunikasi Digital. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2695–2706. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i2.1665>
- Santosa, K. I. M. R., & Wahyu, A. P. (2024). Perancangan Ilustrasi Sebagai Media Promosi Dan Visual Branding Pantai Cibuaya. *Jurnal Desain*, 11(2), 292. <https://doi.org/10.30998/Jd.V11i2.17398>
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Program Studi Ilmu Komunikasi*.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada UKM Pembuatan Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02). <https://doi.org/10.25134/Empowerment.V2i02.2105>
- Suhartini, T., & Hestiningtyas, A. (2024). Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Pancong Lumer. *Politeknik Nusantara Balikpapan*, 1(1).
- Surya, L. (2025). Ilustrasi Sebagai Media Representasi Self-Cherishing Dan Self-Acceptance Dalam Perspektif Visual Studi Fenomenologis. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 9(1). <https://doi.org/10.32815/Jeskovsia.V9i1.1076>
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/Jikdiskomvis.V8i2.903>

Hak Cipta :

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

- Taqiyyah, F., Silfia, I., & Ruby, A. C. (2024). Analisis Penggunaan Media Gambar Dalam Pembelajaran Pendidikan Pancasila Pada Anak Tunagrahita. *Jurnal Basicedu*, 8(4), 2431–2440.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i4.7939>
- Tsaqif, Q., & Maulina Hanafiah, U. I. (2020). Pendekatan Warna Volumetrik Sebagai Aplikasi Dari Warna Visual Dalam Konsep Zonasi Ruang. *Idealog: Ide Dan Dialog Desain Indonesia*, 5(1), 67–75.
<https://doi.org/10.25124/idealog.v5i1.4034>
- Tunky, H., & Kohardinata, C. (2017). Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation Di Surabaya. *Performa Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 576–583.
<https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.346>
- Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, 1.
- Wibisono, W., Soeparan, P. F., & Rachman, A. B. (N.D.). Strategi Branding Menggunakan Fashion Label Affair Dan Desain Packaging. *Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*.
<https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i2.728>
- Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2).
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Jurnal Ergonomi*.

LAMPIRAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA



© 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





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

Transkrip wawancara ini merupakan bagian dari proses pengumpulan data dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kemasan Brand Papipo Sebagai Media Branding. Wawancara dilakukan sebagai metode pengumpulan data kualitatif untuk memperoleh informasi yang mendalam dan relevan sesuai dengan fokus penelitian.

Wawancara ini melibatkan informan utama yaitu:

Nama Informan Resvia Putri S. I. kom

Status/Jabatan: Pemilik Brand

Tanggal Wawancara: 28, September, 2025

Tempat Wawancara: Kantor Papipo

Durasi Wawancara: 18 menit

Konsep wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk mengembangkan jawaban secara lebih luas dan mendalam. Pendekatan ini dipilih agar data yang diperoleh bersifat fleksibel, eksploratif, dan mampu menggali insight yang tidak terduga selama proses wawancara berlangsung.

Transkrip ini disusun sebagai bentuk dokumentasi akademik serta bukti keabsahan data dalam mendukung analisis dan perancangan pada Tugas Akhir.

Pewawancara: Halo kak, makasih hari ini sudah meluangkan waktunya buat ngobrol bareng aku. Jadi yang dari awal aku bilang, aku ingin menggunakan Dream Party Plus sebagai tugas akhir aku, yang fokusnya untuk... Perancangan desain kemasan Pak Pipo jadi salah satu brand yang aku angkat, Kak dan brand ini, aku pengen lebih tahu Pak Pipo itu dari sisi brand nya, produsennya, terus sampai ke arah kemasannya, nanti ingin dikembangkannya itu seperti apa Oke, boleh Boleh-boleh Kita ngobrolnya santai aja ya, Kak. Gak usah takut jawabannya benar atau salah. Jadi, semua insight dari kakak bakal sangat membantu buat aku buat ngumpulin data-data kebutuhan perancangan yang sesuai dengan band Papipo.

Informan: Oke, aman.

Pewawancara: Sama Izin sebelumnya mau record suaranya, mau wawancara ini. Jadi, kita buat lampiran di laporan nanti, Kak.

Informan: Boleh, silakan.

Pewawancara: Langsung aja ya, Kak. Jadi, bisa diceritain nggak, Kak, secara syukat, PAPIPO itu brand seperti apa?



© 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

Informan: Jadi, Papipo itu brand fashion lokal yang lahir dari semangat untuk menghadirkan fashion yang nggak cuma mengikuti trend, tapi juga bisa untuk mempresentasikan identitas dan gaya hidup masyarakat urban Jakarta. Papipo tuh punya karakter yang modern, fun, tapi tetap stylish lah, kurang lebih kayak gitu.

Pewawancara: Jadi emang khususnya tuh buat brand-brand Jakarta gitu kan?

Informan: Betul, emang buat masyarakat Jakarta lah.

Pewawancara: Anak muda-anak muda Jakarta gitu kan?

Informan: Betul, betul.

Pewawancara: Oke, produk Papipo itu ada apa aja sih, Kak? Terus ada yang produk utamanya gitu nggak,Kak?

Informan: Sejauh ini Papipo punya beberapa jenis produk fashion. Kayak ada flight suits, tas, kemeja.Tapi sampai sekarang Papipo belum ada fokus ke satu produk utama aja. Jadi setiap kategori punya karakter dan daya tariknya masing-masing lah kurang lebih kayak gitu. Papipo tuh pengen dikenal bukan cuma dari satu produk aja, tapi kayak brand fashion yang punya pilihan produk yang beragam lah dan kekinian.

Pewawancara: Berarti tiga brand itu sama aja semuanya lah ya?

Informan: Betul, gak ada yang utamanya lah.

Pewawancara: Oke kak, dari produk flat shoes, terus tas dan kemeja, mana yang paling potensial dikembangkan sih kak kemasannya?

Informan: Kalau dari flat shoes, tas dan kemeja, menurut aku tuh yang paling potensial buat dikembangkan dari sisi kemasannya itu flat shoes. Soalnya karena bentuk plaser itu kan cukup spesifik dan butuh kemasan yang bisa benar-benar melindungi produk, sekaligus bikin tampilannya rapi, nggak cepat rusak. Nah kalau tas dan kemeja menurut aku kemasannya masih relatif aman dan fleksibel karena kan biasanya lebih simple kan packagingnya. Terus itu tas biasanya ukurannya eh produk aku ya produk aku tuh ukurannya beda-beda. Jadi kalau misalkan dikemas pakai paper bag itu juga masih oke.

Pewawancara: Itu untuk tasnya ya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Informan: Betul. Kalau apa sih namanya kalau ke meja tuh sering aku lihat di brand fashion lain juga cukup pakai paper bag aja tuh udah aman. Bahkan kalau dikirim lewat paket juga masih bisa pakai plastic tanpa terlalu banyak resikolah. Nggak cepat rusak.

Pewawancara: Untuk kemasan yang bisa dikembangkan itu ya yang fesis itu ya kan.

Informan: Betul.

Pewawancara: Karena emang sih saya lihat juga biasanya brand-brand fashion itu juga biasanya pakai paper bag atau yang sering saya lihat juga paper bag sih. Jadi langsung aja gitu.

Informan: Betul.

Pewawancara: Terutama lagi tas juga yang bener sih yang kakak bilang tadi tas ukurannya beda-beda jadi kalau emang mau dibikin kemasannya jadi takutnya jadi nambah Biaya.

Informan: Betul.

Pewawancara: Jadi oke sih menurut saya, Kak.

Informan: Karena kalau tas juga bisa dikecilin kan? Kalau sandal itu nggak bisa. Karena kalau kita kecilin nanti rusak.

Pewawancara: Iya, iya.

Informan: Modelnya jadi beda.

Pewawancara: Jadi kalau misalkan paper bag nih, Kak. Kalau paper bagnya mau dua ukuran gitu, Kak?

Informan: Kalau yang untuk apa?

Pewawancara: Yang buat si tas sama si kemeja itu.



© 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

Informan: Kalau buat tas dan kemeja, harusnya paperback-nya akan sama. Nggak ada bedanya. Jadi dijadiin satu ukuran yang mungkin lumayan agak besar.

Pewawancara: Jadi kalau misalnya nanti saya mikirnya, misalnya bikin dua opsi gitu, biasanya kan kalau buat kemeja dia kecil gitu kan nggak? Jadinya takutnya nanti kegedean gitu kalau misalkan beli satu kemeja. Dipakainya paper bag yang gede itu aman aja sih?

Informan: Harusnya aman, karena setahu aku paper bag-nya itu bisa dilipat. Bisa dilipat, terus jadi kecil gitulah. Jadi aman aja sih kalau misalkan dibuat satu size.

Pewawancara: Terus target konsumen dari Papipo itu gimana sih, Kak?

Informan: Sejauh ini target utama Papipo masih di anak-anak muda Jakarta lah, kayak usia 18 sampai 35 tahun. Cuma kayak 35 tahun maksimal banget. Karena kita tuh mulai dari mahasiswa, profesional muda, sampai kreator digital. Karena branda biasanya punya gaya hidup yang lumayan aktif lah. Suka tampil rapi, tapi tetap santai. Terus kayak cukup peduli lah sama kualitas. Tampilan produk yang branda beli.

Pewawancara: Ya, karena yang kita lihat juga jaman sekarang kan pada pakaiannya genci-genci banget ya kak.

Informan: Betul.

Pewawancara: Emang target anak mudanya tuh banyak ya kak.

Informan: Karena anak muda jaman sekarang tuh lebih ngikutin fast fashion aja sih.

Pewawancara: Terus nilai atau karakter apa kak yang ingin ditonjolkan dari brand kakak ini?

Informan: Kalau nilai atau karakter tuh dari Papipo tuh pengennya mempresentasikan karakter brand yang fun, modern, tapi tetap stylish lah gitu istilahnya. Karena aku tuh pengen menonjolkan kualitas local yang tetap punya standar bagus. Jadi konsumen tuh merasa percaya diri lah pas saat pakai produknya Papipo, walaupun kayak istilahnya kalau walaupun brand lokal tapi nggak kelihatan murahan gitu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Pewawancara: Ya, standar-standarnya gitu lah ya.

Informan: Betul.

Pewawancara: Jadi yang brand-brand lain. Oke, menurut kakak hal apa yang paling berkesan bagi konsumen saat menerima produknya gitu, kak?

Informan: Yang paling penting ya, kalau pas buat konsumen menerima produk tuh, Pengennya sesuai ekspektasinya konsumen lah, tapi dalam kondisi yang baik, nggak ada kekurangan apapun, terus kemasan yang rapih, tapi menarik juga itu menurut aku jadi nilai tambah karena bisa memberikan kesan pertama yang menyenangkan lah sebagai konsumen.

Pewawancara: Terus apa sih kak yang membuat produk Papipo ini berbeda dari kompetitor lainnya atau pesaing lainnya di pasar?

Informan: Menarik, menarik. Jadi kayak menurut aku pribadi, karena aku yang buat, Papipo tuh pengennya berusaha untuk menggunakan bahan yang nyaman tapi tetap berkualitas. Tapi juga tetap mengutamakan harga yang terjangkau lah, karena kan Balik lagi ke target konsumen Papipo sendiri kan dari usia 18 sampai 35 tahun kan. Kalau 18 tuh mahasiswa-mahasiswa atau anak-anak yang baru lulus SMA gitu.

Pewawancara: Jadi emang pengen nasi yang murah tapi banyak yang beli juga gitu ya?

Informan: Betul.

Pewawancara: Terus apa kekurangan kemasan dari produk fashion pasaran yang dihindari dari Papipo itu gimana?

Informan: Kalau dari kita sendiri itu pengennya menghindari kemasan yang terlalu tipis, mudah rusak atau terkesan asal-asalan lah. Karena kemasan yang terlalu ribet atau susah dibuka itu juga jadi hal yang sebisa mungkin kita hindari.

Pewawancara: Untuk ke depannya, Pak Pipo mau kemasannya seperti apa? Lebih praktis atau punya nilai lebih?

Informan: Pengennya ke depannya tuh Papipo pengen punya kemasan yang praktis sih, tapi tetap memiliki nilai lebih. Jadi kayak nggak hanya berfungsi sebagai



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

pembungkus, tapi kita pengennya mudah diingat kemasannya dan mungkin sebisa mungkin bisa digunakan kembali oleh konsumen.

Pewawancara: Jadi? emang kemasannya tuh lebih simple aja gitu kak. Betul. Jadi kayak brand fashion sekarang kan gak ada yang aneh-aneh lah gitu.

Informan: Betul, betul.

Pewawancara: Biasa aja gitu. Cuman gimana caranya kita bisa ngeliatin dari desainnya yang menarik atau gimana gitu ya kak.

Informan: Betul, betul setuju.

Pewawancara: Oke. Menurut kakak seberapa penting kemudahan penggunaan kemasan bagi papi ibu kak?

Informan: Menurut aku kemudahan penggunaan kemasan cukup penting. Karena menurut aku kemasan harus mudah dibuka dan ditutup tanpa merusak struktur atau modelnya kemasannya. Balik lagi, aku pengen kemasannya yang nggak ribet, tapi tetap aman dan nyaman buat digunain.

Pewawancara: Jadi tetap melindungi produk itu.

Informan: Betul.

Pewawancara: Produk Papipo ini biasanya dipakai untuk aktivitas apa aja sih, Kak?

Informan: Perlu Papipo sejauh ini karena ada flat shoes, tas, sama kemeja, ini tuh pengennya bisa digunain untuk berbagai aktivitas, kayak mulai dari buat ke kampus, jualan store, atau hangout gitu. Dilihat dari model-modelnya itu lebih simple, modern, tapi tetap stylish.

Pewawancara: Jadi sesuai target konsumennya ya, Kak?

Infroman: Betul.

Pewawancara: Terus hal apa aja yang menurut Kakak Papio itu wajib ada dalam kemasannya produk fashion?



© 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

Informan: Menurut aku yang utama, yang paling utama dalam kemasan tuh wajib bisa melindungi produk dengan baik. Karena balik lagi kan, kalau kemasannya nggak baik, bisa ngerusak produknya juga. Jadi kayak pas konsumen lihat atau megang kemasannya, branda langsung tahu pesan brand-nya yang pengen menjaga produknya gitu tanpa rusak.

Pewawancara: Oke. Terus saat ini Papipo dijualnya itu mau lalui apa saja, Kak?
Pembicara 01: Kedepannya pengennya Papipo tuh berencana untuk jual produknya secara online dan offline. Karena saat ini masih dijual secara online, ya aku sih berharapnya juga Papipo nanti ikut event- event tertentu gitu, dengan Buka booth atau. Ikut-ikut event.

Informan: Iya, gitu.

Pewawancara: Tapi udah pernah ikut event-event gitu belum, Kak?

Informan: Sejauh ini belum sih, masih kita jual secara online aja.

Pewawancara: Tapi sebelumnya udah ada kemasan kemasannya belum sih, Kak?

Informan: Belum sih, Kak.

Pewawancara: Oh, belum ada ya?

Informan: Iya, belum.

Pewawancara: Oke, Kak. Untuk jenis kemasan Papipo sendiri, Kakak maunya gimana sih, Kak?

Informan: Untuk brand fashion, kita tuh ngebayangin kemasannya pake paper bag atau box. Tapi sejauh ini kan paper bag-nya masih pake ukuran satu size aja. Tadi saran dari Bagus, oke sih kalo misalkan pake dua size paper bag. Tapi untuk box itu emang lebih difokusin untuk produk flat shoes.

Pewawancara: Untuk ukurannya itu, misalkan untuk ukuran box sandal itu menyesuaikan saja atau bagaimana, Kak?

Informan: Maksudnya bagaimana menyesuainya?



© 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: Dia itu sandal ada yang besar, ada yang ukuran mentok itu seberapa? Ukuran paling besar?

Informan: Oh, paling besar 40 sih.

Pewawancara: Oh, gitu.

Informan: Iya, jadi kayaknya boxnya itu memang yang udah satu size saja. Karena kan nggak akan besar-besar banget dong.

Pewawancara: Yang biasanya orang-orang pakai juga.

Informan: Betul.

Pewawancara: Ukurannya segitu saja.

Informan: Iya, betul.

Pewawancara: Jauh tergedehan dan terkecilan.

Informan: Betul.

Pewawancara: Oke. Terus? Dari material kemasannya, apa yang kakak mau pakai di brand Papipo ini?

Informan: Material yang dipertimbangkan tim aku sejauh ini adalah kertas atau karton. Untuk material lain masih bisa disesuaikan dengan kebutuhan produk.

Pewawancara: Tapi berarti kakaknya baru tahunya kayak kertas karton aja gitu-gitu ya?

Informan: Iya, betul.

Pewawancara: Dari Papipo sendiri, apakah ingin kemasannya bisa digunakan kembali? bisa kembali oleh konsumen gitu kan misalkan dari box itu kan tadi misalkan box listrik itu misalkan contohnya bisa digunakan buat tempat tisu atau misalkan buat bisa tempat apa gitu intinya bisa dipakai kembali lah gitu buat konsumen menurut kata gimana?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Informan: Ya dari kita sih berhak-haknya bisa ya digunakan kembali oleh konsumen tentunya nanti akan balik lagi dipertimbangkan lagi dari sisi struktur kemasan dan desainnya apakah memungkinkan atau enggak gitu.

Pewawancara: Iya, soalnya kan kakaknya maunya simple aja gitu ya.

Informan: Iya, betul.

Pewawancara: Soalnya emang kebanyakan kalau box-box yang bisa digunain lagi kan agak ribet ya.

Informan: Iya, betul.

Pewawancara: Oke, oke. Ya selanjutnya, apakah Papipo sudah memiliki logo atau palet warna dan brand guideline sendiri?

Informan: Untuk logo dan warna brand tuh udah ada dan kedepannya tuh pengen dijadikan acuan lah agar desain kemasan tetap konsisten dengan identitas yang Papipo punya.

Pewawancara: Kayak warnanya, pakenya yang ada di brand guideline gitu-gitu.

Informan: Betul.

Pewawancara: Terakhir, Kak. Dari kakak. Apakah Pak Pipo ingin kemasannya terlihat simple atau eksklusif atau fleksibel? Gimana menurut kakak? Kan dari tadi kan kakak juga ngomongnya simple, praktis gitu-gitulah. Itu menurut kakak gimana?

Informan: Pak Pipo sendiri sih pengennya tampilan kemasannya tetap simple tapi tetap stylish lah. Kayak nggak terlalu berlebihan. atau terlalu heboh tapi tetap pengen punya si rihas Papipo itu sendiri gitu.

Pewawancara: Untuk gaya visual seperti apa sih kak? Untuk brand yang bisa diterapkan di brand Papipo ini?

Informan: Gaya visual ya. Dari Papipo tuh gaya visual yang dipengen itu cenderung fun dan minimalis gitu bagas. Kayak warna yang fresh tapi nggak berlebihan. Intinya tetap nyaman dilihatlah dan sesuai dengan karakter anak muda urban gitu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Pewawancara: Berarti tetap pake karakter Papipo yang modern, fun, dan stylish.

Informan: Betul.

Pewawancara: Oke, oke, Kak. Mungkin itu aja sih, Kak, dari aku.

Informan: Oh, iya.

Pewawancara: Udah cukup menggambarkan apa yang kakak inginkan di kemasan itu.

Informan: Oke.

Pewawancara: Mungkin itu aja sih, Kak. Kurang lebih yang mau aku maafin. Assalamualaikum. Makasih, Kak.

Informan: Iya, makasih, Bagus.

Pewawancara: Terima kasih, Kak. Sukses selalu.

Informan: Amin.

TRANSKRIP WAWANCARA TESTING

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?



© 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

Jawaban

Nama Kosumen: April

Usia: 23 Tahun

1. Menurut ku si simpel tapi kelihatannya modern
2. Tau sih karena dari paperbag dan tulisan yg ada di paperbagnya udah kebaca si kalo aku jadi udh tau buat fashion gtu cuma klo boxnya saya belum tau tadinya isi nya apa dan kukira bukan sandal gitu
3. Udah cukup jelas sih
4. Cocok sih sudah pas
5. Udah cukup sih
6. Menurutku desainnya menarik sih, kelihatan bersih
7. Aku ngeliatnya sih gen z
8. Egga sulit cukup mudah
9. Sudah cukup kokok
10. Apaaya ga ada sih udah cukup

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama Konsumen: Tiwi

Umur: 26 Tahun

1. Kemasanya oke sih bagus warnanya
2. Mudah si menurut aku



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

3. Sudah cukup menjelaskan
4. Iyaa udah oke
5. Udah cukup dan simpel
6. Menarik kok, desainnya sederhana tapi tetap enak dilihat
7. Iyaa gen z cocok buat anak gen z sih klo aku liat
8. Masih aman sih mudah
9. Udah kokok untuk kemasan sandal
10. Engga ada lagi sih menurut ku udah cukup

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Ariyani

Umur: 20 Tahun

1. Kemasan boxnya dari warna nya eye catching sih
2. Klo kelietan dari warna nya sih beda dri yang lain ya jadi menurut ku jadi gampang di inget dari warna brand papipo ini
3. Karena produknya sandal aku awalnya agak susah mengenalinya ternyata unik juga yaa
4. Dari element desain nya sudah cukup simpel dan dari warna juga sudah gampang di ingat dan klo dari paperbag nya aku pede sih klo bawa paper bag ini
5. Menurutku udah pas sih, cuma mungkin bagian informasi produknya bisa lebih kelihatan lagi
6. Menarik sih, apalagi warna sama bentuk boxnya beda dari yang lain



© 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

7. Aku ngeliatnya brand yang cocok buat anak muda
8. Cara buka nya masih bingung si klo aku kena kaya ga ada arahan nya gitu
9. Menurutku udah kokoh dan produknya juga jadi lebih aman di dalam box
10. Mungkin bagian buka boxnya dikasih petunjuk kecil biar orang nggak bingung pas pertama buka

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Alfia

Umur: 20 Tahun

1. Kemasanya unik sih terus bikin tertarik orang juga
2. Dari paperbagnya udah tau si klo ini brand fashion
3. Sudah jelas dari keterbacaan aku
4. Udh cukup udh bagus
5. Sejauh ini udah cukup sih
6. Menurutku menarik dan bikin penasaran buat lihat produknya
7. Aku ngeliatnya brand yang modern dan kekinian
8. Bingung bukanya aja sih karena lubang kecil nya ini ga terlalu keliatan harus di puter” dulu
9. Bahannya udah kokoh dan kelihatan bisa melindungi produknya
10. Mungkin bagian buka boxnya dikasih tanda atau petunjuk biar lebih gampang



© 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

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Najwa

Umur: 22 Tahun

1. Klo dari tampilan udah simpel dan modern yaa
2. Kalo ngenalnya gampang karena nama brand nya jelas terbaca dan di sisi sisi kemasinya sudah ada informasi informasinya
3. Klao keterbacaan sudah cukup terbaca dan jelas
4. Cocok banget karena dari kesan clean nya dapet banget buat fashion
5. Kalo untuk fashion udh cukup sih yaa karena klo banyak informasi jadi kurang kelietan modern
6. Iya menarik, tampilannya simpel
7. Kalo menurutku si simpel ya
8. Klo mudah di buka mudah sih cuma nyari nya bingung setelah mana
9. Koko banget sih bahan nya juga udh bagus
10. Ini sih bagian buka nya di buat ada arahan nya

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?



© 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

4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Anisa

Umur: 22 Tahun

1. Yang aku lihat Kemasan ini keliatan klo ini brand fashion
2. Mudah dan cukup jelas dari nama brand dan informasinya
3. Cocok untuk produk fashion dari peprrbag dan kemasan boxnya
4. Cocok buat produk fashion
5. Menurut saya di pinggir bagian box masih banyak space kosong
6. Menurut saya desainnya menarik
7. Klo saya si ngelinya stylish sih
8. Cukup mudah
9. Klo dari bahan koko dan sudah cukup
10. Mungkin dari warna kemasan nya agak turun yaa dari printingannya jadi kaya berkurang dikit warna nya

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?



© 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

8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Alya

Umur: 22 Tahun

1. Dari segi visual oke cuma dari segi struktur nya masi bingung cara bukanya gimana
2. Dari segi tulisan brand sih udah tau sih klo ini brand fashion
3. Menurut saya karena permata pegang kemasan ini pasti mengikuti posisi tulisan si brand nya yaa jadi klo informasi media sosialnya di bagian sini jadi blm kelietan klo informasi yg ada di dalemnya, knp ga di tuker aja yg informasi produk nya di tuker sama informasi media sosialnya atau olshop nya
4. Cocok sih buat produk fashion karena tampilannya clean
5. Kayanya itu aja sih yg tadi di bilang di tuker posisi aja informasi nya
6. Dari visual udh oke
7. Ngeliat nya si modern yaa karena dari warna
8. Kesulitanya cari bagian mana yg di buka
9. Udah cukup kokoh
10. Saran ganti tulisan yg pada bagian box dengan slogan yg menggambarkan pada kemasan atau yang mengarah padah kemasan

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: Cinta Nurwahida

Umur: 22 Tahun

1. Kemasanya baru liat ada ide kemasan sandal kaya gini
2. Untuk brand nya mudah di inget baca nya gtu dan namanya lucu
3. Udah sih dari warna dan fontnya kebaca dan jelas
4. Cocok dari warna kemasan nya udah trendy dan cocok untuk fashion zaman zaman sekarang
5. Dari semuanya udah cukup sih
6. Menurutku menarik karena tampilannya beda dari kemasan sandal yang biasanya
7. Di lihat dari kemasan nya itu kekinian
8. Dari cara buka nya cukup mudah
9. Keliatan kokoh kok cukup
10. Apa yaa ga ada sih

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?



© 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

Jawaban

Nama: Desty

Umur: 24 Tahun

1. Aku ngeliatnya modern dan minimalis sih kesan nya
2. Udah terlihat dari brand fashion nya sih
3. Sudah cukup terbaca
4. Cocok sih karena kaya keliatan anak muda banget
5. Sejauh ini aman aja sih cuma kaya dari segi warna nya kurang mencolok dikit
6. Menarik
7. Yang saya liat kekinian
8. Agak sulit di tarik sedikit
9. Iyaa sudah pas dan kokoh
10. Kaya penempatan media sosial dan informasi produk di satukan

Pertanyaan

1. Apa kesan pertama Anda ketika melihat kemasan ini?
2. Seberapa mudah Anda mengenali produk atau brand hanya dari tampilan kemasannya?
3. Apakah informasi pada kemasan sudah terlihat jelas dan mudah dibaca?
4. Apakah kemasan ini memberikan kesan fashionable? Apakah kemasan ini cocok digunakan untuk produk fashion
5. Apakah ada elemen desain yang terasa berlebihan atau kurang?
6. Menurut Anda, apakah desain kemasan ini terlihat menarik secara visual?
7. Menurut Anda kemasan ini mencerminkan brand yang bagaimana?
8. Apakah Anda mengalami kesulitan saat menggunakan kemasan ini? kemasan mudah dibuka dan ditutup?
9. Apakah struktur dan bahan kemasan terlihat kokoh dan mampu melindungi produk?
10. Apa saran dan masukan yang dapat Anda berikan agar kemasan ini menjadi lebih baik?

Jawaban

Nama: April

Usia 24 tahun

1. Kesan nya unik lucu dan menarik
2. Mudah sih, dari nama brand yang besar di kemasan
3. Kalo dari informasinya jelas ada nama narang nya informasi sosmednya
4. Cocok sih karena kemasan nya lucu palyful gtu



© 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

5. Engga ada sih udah aman
6. Cukup menarik desainya
7. Aku ngeliatnya sih modern kali yaa klo kaya gini tuh
8. Cukup mudah cuma tadi saya ga tau klo kemasan ini di tarik karena ga ada informasi nya
9. Cukup kokoh karena kemasan nya kaya dari kardus gtu ya jadi masih aman kena benturan
10. Mungkinn dari segi warnanya kaya kurang tajem gtu ya jadi keliatanya kaya ga kereng gtu ga tajem gitu lah



LAMPIRAN 2

HASIL KUESIONER



© 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



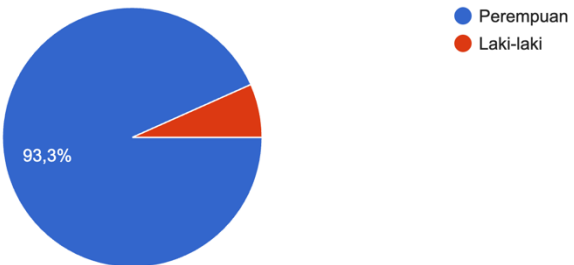


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

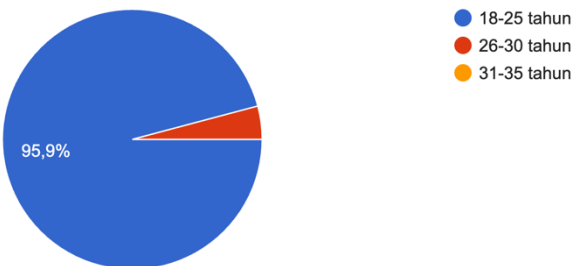
Hak Cipta :

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

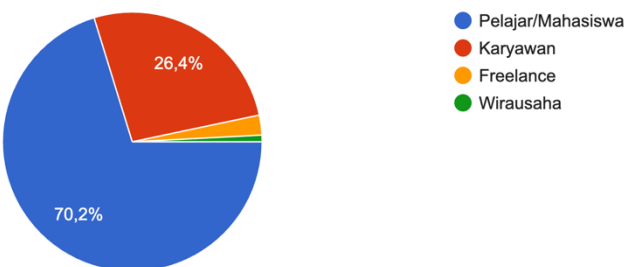
Jenis Kelamin
90 jawaban



Usia
121 jawaban



Status Pekerjaan
121 jawaban



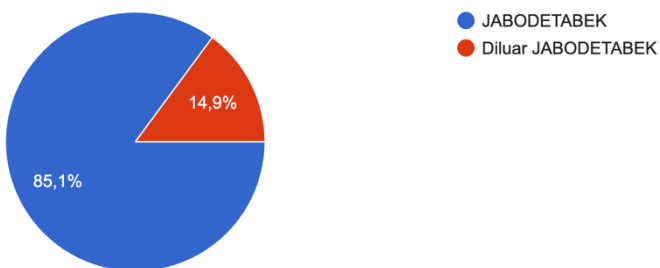


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

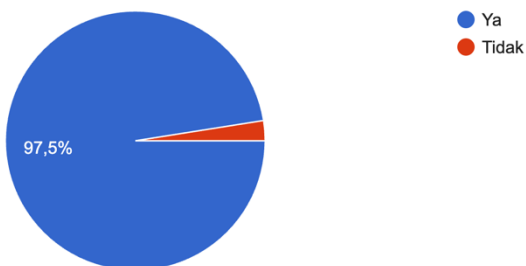
Hak Cipta :

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

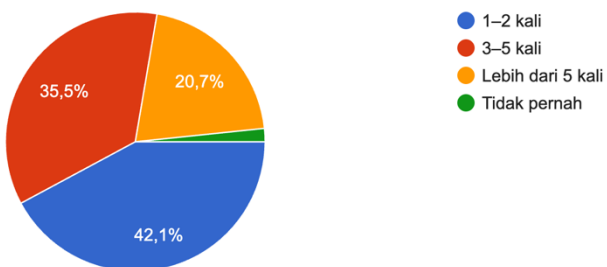
Domisili
121 jawaban



Apakah Anda pernah membeli produk fashion dari brand lokal?
120 jawaban



Seberapa sering Anda membeli produk fashion dalam 3 bulan terakhir?
121 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

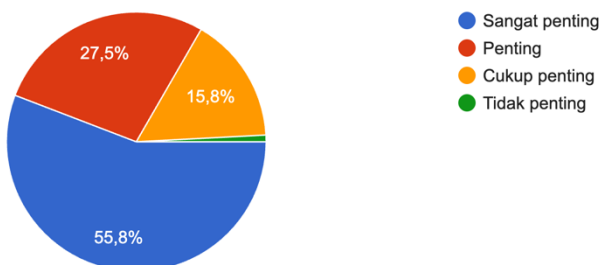
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

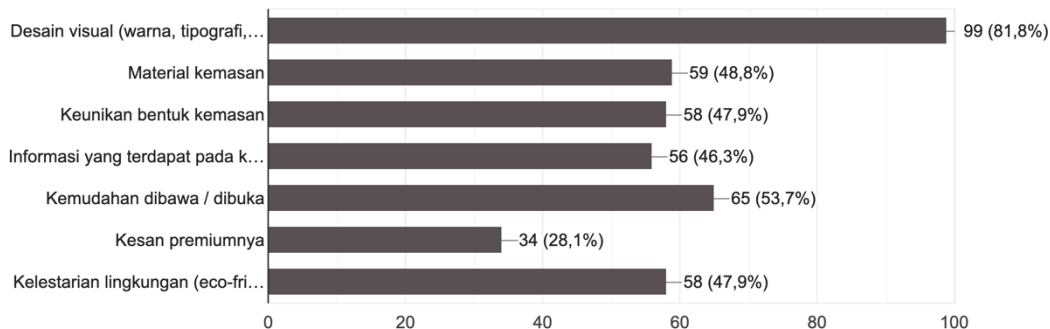
Menurut Anda, seberapa penting kemasan bagi produk fashion?

120 jawaban



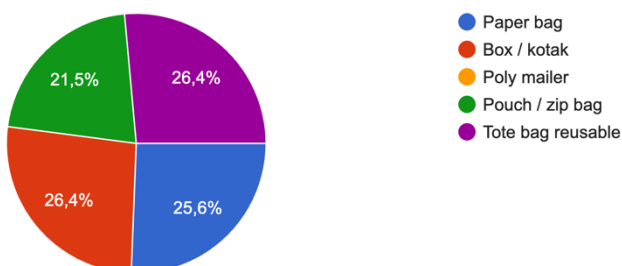
Saat membeli produk fashion, faktor apa yang paling Anda perhatikan dari kemasan? (boleh pilih lebih dari satu)

121 jawaban



Jenis kemasan fashion apa yang paling Anda sukai?

121 jawaban





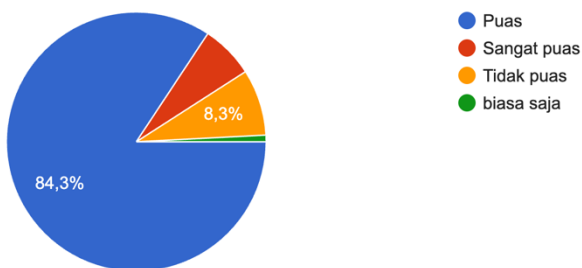
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

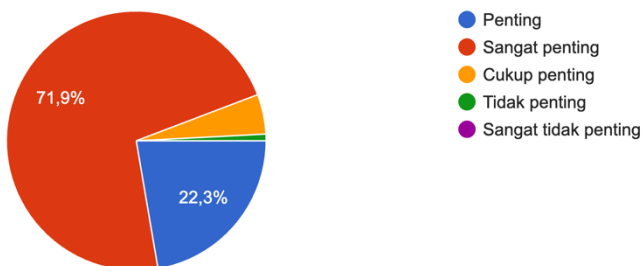
Seberapa puas Anda terhadap kemasan flatshoes yang biasa Anda temui di pasaran?

121 jawaban



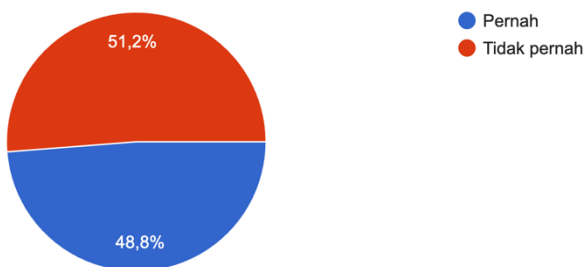
Menurut Anda, seberapa penting kemasan yang kuat dan aman untuk produk flatshoes?

121 jawaban



Apakah Anda pernah menerima flatshoes dalam kondisi rusak akibat kemasan yang kurang baik?

121 jawaban





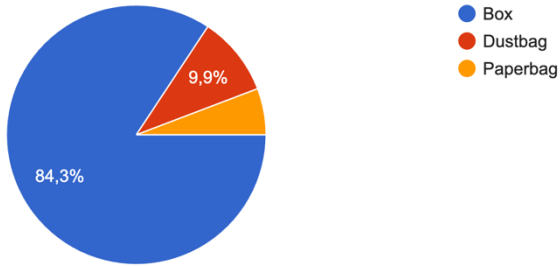
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

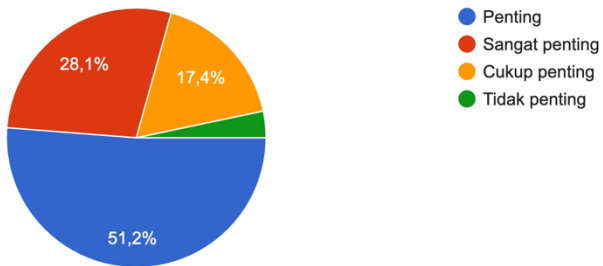
Jenis kemasan apa yang paling Anda sukai untuk produk flatshoes?

121 jawaban



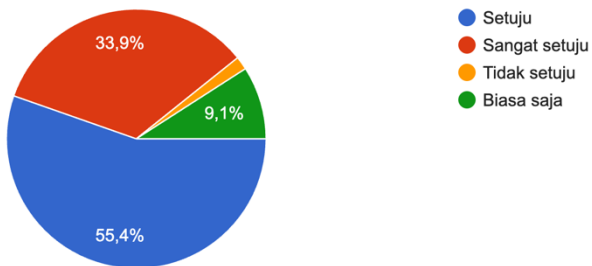
Apakah menurut Anda penting kemasan flatshoes yang mudah disimpan kembali?

121 jawaban



Apakah Anda setuju kemasan flatshoes yang bisa digunakan kembali?

121 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

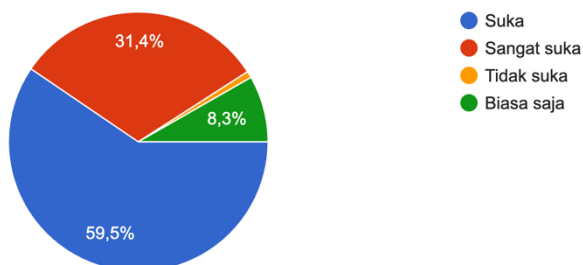
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Apakah Anda lebih menyukai kemasan flats shoes yang ringkas?

121 jawaban



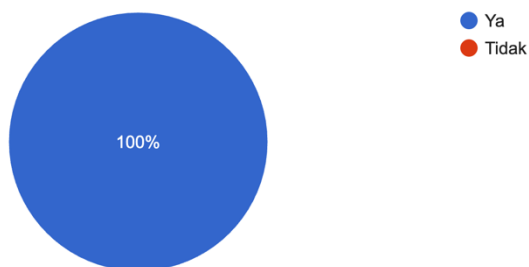
Apakah Anda lebih memilih tas dengan kemasan sederhana namun aman?

121 jawaban



Apakah Anda merasa lebih yakin membeli tas dengan kemasan yang tertutup dan aman?

121 jawaban





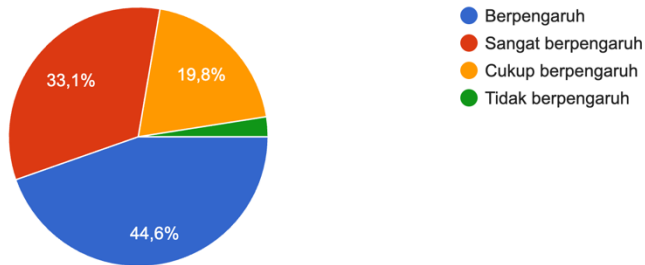
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

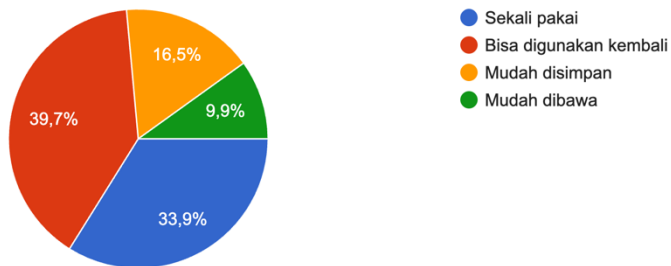
Seberapa berpengaruh kemasan tas yang tidak terlalu besar atau berlebihan?

121 jawaban



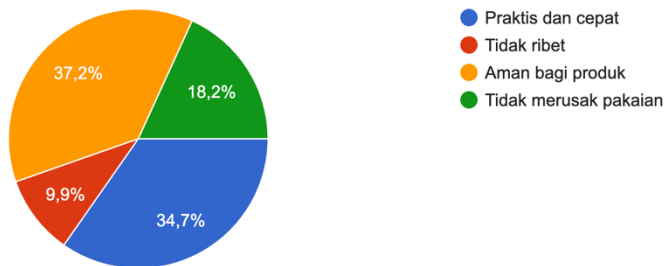
Menurut Anda, kemasan kemeja sebaiknya

121 jawaban



Saat membuka kemasan kemeja, Anda lebih menyukai kemasan yang

121 jawaban





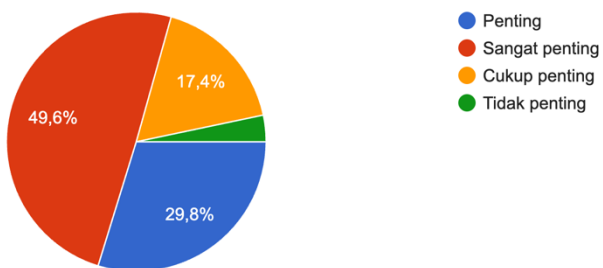
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

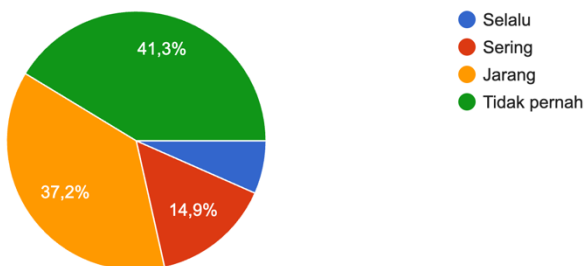
Seberapa penting kemasan dalam melindungi kemeja dari kusut?

121 jawaban



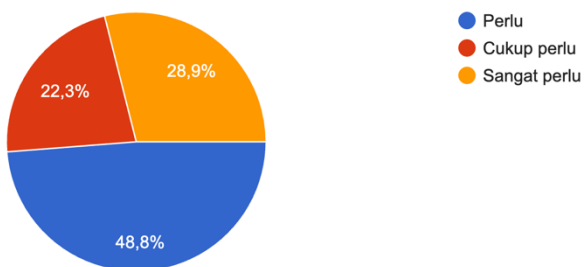
Apakah Anda menyimpan kembali kemeja ke dalam kemasannya setelah dibeli

121 jawaban



Menurut Anda, kemasan kemeja sebaiknya efisien dan tidak memakan tempat?

121 jawaban



Hak Cipta :

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

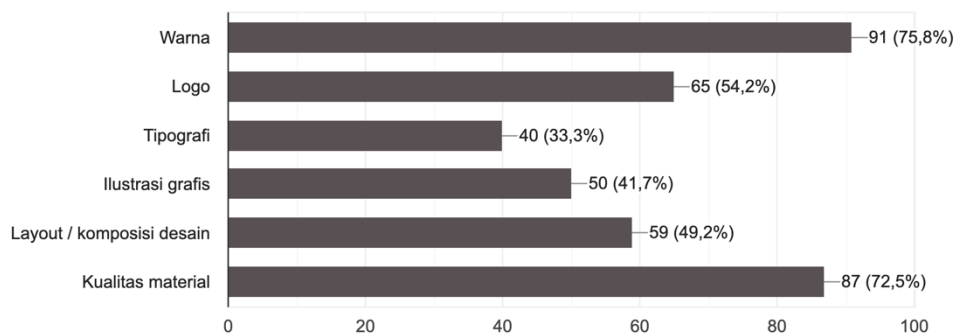
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

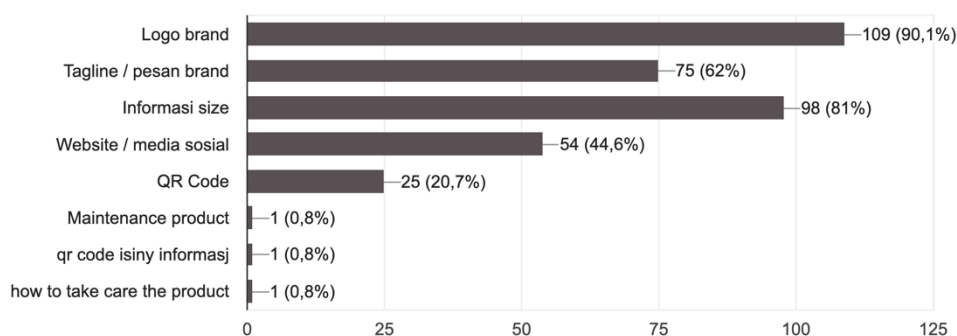
Elemen desain mana yang menurut Anda paling penting dalam kemasan fashion? (boleh pilih lebih dari satu)

120 jawaban



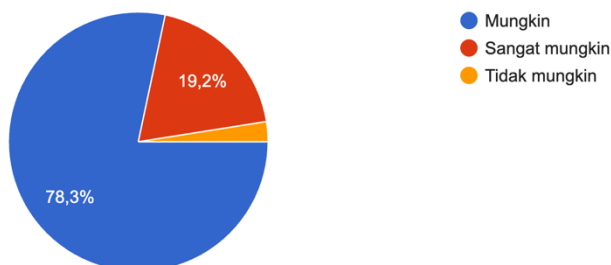
Informasi apa yang menurut Anda penting untuk dicantumkan pada kemasan brand fashion? (boleh pilih lebih dari satu)

121 jawaban



Seberapa besar kemungkinan Anda membagikan kemasan brand yang menarik ke media sosial?

120 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

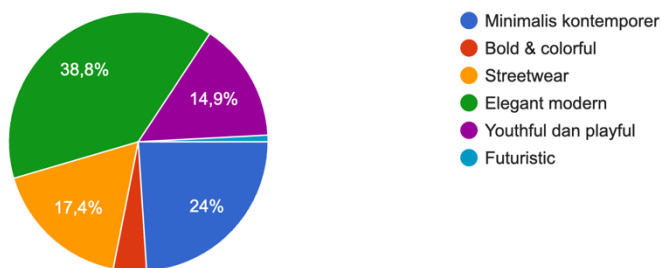
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

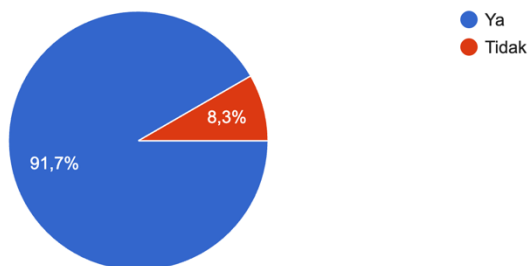
Menurut Anda, gaya desain mana yang paling cocok untuk brand fashion anak muda urban?

121 jawaban



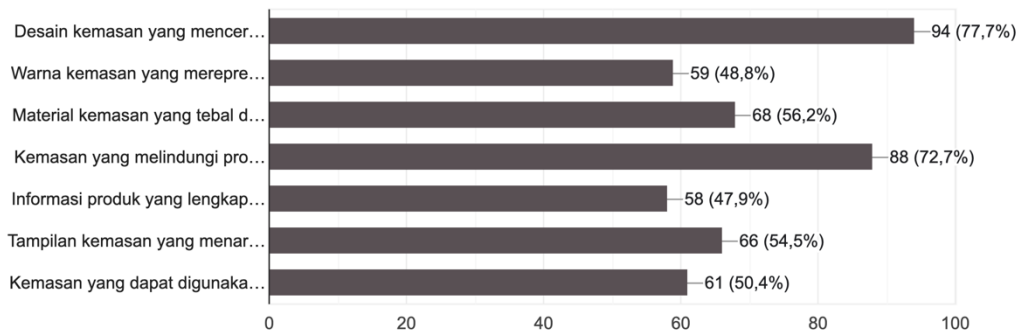
Apakah Anda lebih tertarik pada kemasan fashion yang bisa digunakan kembali (reusable)?

120 jawaban



Jika membeli produk fashion, kemasan seperti apa yang Anda harapkan? (boleh pilih lebih dari satu)

121 jawaban



LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI RISET



© 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





© 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

Dokumentasi Wawancara dengan Klien

Di kantor Papipo Jl. H. Nawi I No.35, RT.6/RW.2, Gandaria Sel., Kec. Cilandak,
Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12420



© 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

Dokumentasi Testing



LAMPIRAN 4

LOGBOOK BIMBINGAN TA



© 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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dedy Bagus Saputra_Logbook Pen...							Ax Translate to English		Share			
Dedy Bagus Saputra_Logbook Pen...							Ax Translate to English		Share			
Table	Feed											
Au Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do						
Bimbingan ke-1	Pengarahan	Latar Belakang	Not started	September 17, 2025	Briefing judul dan teknis penelitian secara bersamaPerbaikan penulisan sitasi di bagian latar belakang yang masih kurang tertata	Membuat latar belakang untuk Bab 1Memperbaiki penulisan sitasi dan menyusun rumusan masalah serta ruang lingkup pembahasan						
Bimbingan ke-2	Pengarahan	Rumusan Masalah	Not started	October 1, 2025	Rumusan masalah perlu disederhanakan agar lebih fokus dan tidak tumpang tindih antar poin.Beberapa rumusan masih bersifat terlalu umum, sehingga perlu dipertegas agar sesuai dengan objek dan tujuan penelitian.	Merevisi dan menyederhanakan rumusan masalah yang sudah ada.Menyesuaikan rumusan masalah dengan latar belakang penelitian.Mengurangi jumlah rumusan masalah sesuai arahan pembimbing.						
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Ruang Lingkup dan Batasan	Not started	October 14, 2025	Ruang lingkup penelitian perlu diperjelas agar pembahasan tidak melebar di luar tujuan penelitian.Batasan penelitian harus dituliskan secara tegas untuk membedakan hal yang dibahas dan tidak dibahas.Ruang lingkup disarankan disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah direvisi.	Merevisi ruang lingkup penelitian agar lebih fokus dan terarah.Menambahkan batasan penelitian sesuai arahan pembimbing.						
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Not started	October 17, 2025	Penulisan Bab 2 perlu disusun lebih sistematis dan runtut dari teori umum ke teori khusus.Beberapa subbab masih kurang relevan dengan fokus penelitian sehingga perlu direvisi atau disederhanakan.Perlu penambahan teori pendukung agar landasan perancangan lebih kuat.	Merevisi struktur dan sistematika penulisan Bab 2.Menambahkan teori pendukung yang relevan dengan penelitian.Menghapus atau memperbaiki subbab yang kurang sesuai.Menyesuaikan sitasi dan sumber referensi.						
Bimbingan ke- 5	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori	Not started	November 18, 2025	Kerangka teori perlu disusun secara hierarkis dari teori umum (makro) ke teori khusus (mikro).Keterkaitan antar teori perlu diperjelas agar alur pemikiran penelitian lebih runtut.	Menyusun ulang kerangka teori agar lebih sistematis.Menambahkan teori makro dan mikro yang relevan dengan penelitian.						
Bimbingan ke- 6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian	Not started	November 27, 2025	Metode penelitian perlu dijelaskan secara lebih rinci dan sistematis.Pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan tujuan dan rumusan masalah.	Metode penelitian perlu dijelaskan secara lebih rinci dan sistematis.Pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan tujuan dan rumusan masalah.						
Bimbingan ke- 7	Bab 3 Metode Perancangan	Product Knowledge	Not started	December 31, 2025	Product knowledge perlu dijelaskan secara lebih mendalam dan sistematis.	Melengkapi informasi product knowledge secara menyeluruh.Menyesuaikan product						
Dedy Bagus Saputra_Logbook Pen...							Ax Translate to English		Share			
Dedy Bagus Saputra_Logbook Pen...							Ax Translate to English		Share			
Au Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do						
Bimbingan ke- 6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian	Not started	November 27, 2025	Metode penelitian perlu dijelaskan secara lebih rinci dan sistematis.Pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan tujuan dan rumusan masalah.	Metode penelitian perlu dijelaskan secara lebih rinci dan sistematis.Pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan tujuan dan rumusan masalah.						
Bimbingan ke- 7	Bab 3 Metode Perancangan	Product Knowledge	Not started	December 31, 2025	Product knowledge perlu dijelaskan secara lebih mendalam dan sistematis.	Melengkapi informasi product knowledge secara menyeluruh.Menyesuaikan product knowledge dengan fokus perancangan.						
Bimbingan ke-8	Pengarahan	Tujuan penelitian	Not started	April 10, 2026	Revisi pembahasan dari hasil sempro	Jika sudah selesai semua kemudian lanjutkan bab 4						
Bimbingan ke- 9	Bab 4			April 16, 2026	Mindmap, Moodboard Surface, dan Moodboard Struktur	Merevisi mindmap dan melengkapi referensi moodboard surface serta moodboard struktur						
Bimbingan ke- 10	Bab 4			April 30, 2026	Sketsa Struktur (5 alternatif) dan Sketsa Surface (3 alternatif) Struktur kemasan perlu mempertimbangkan aspek fungsional	Menyempurnakan sketsa struktur dan surface untuk masuk ke tahap digitalisasi						
Bimbingan ke- 11	Bab 4			May 13, 2026	Proses Digitalisasi Desain dan Pengembangan Alternatif Komprehensif	Merevisi desain terpilih sesuai masukan pembimbing						
Bimbingan ke- 12	Bab 4			May 19, 2026	Mockup digital sudah menggambarkan implementasi desain dengan baik.	Melakukan revisi dummy cetak						
Bimbingan ke- 13	Bab 4			June 21, 2026	Dummy cetak perlu dievaluasi dari segi ukuran, lipatan, proporsi, dan kualitas hasil cetak	Testing pada produk dan testing pada target audien						
Bimbingan ke- 14	Bab 4			June 27, 2026	Mengolah hasil testing dan melakukan revisi berdasarkan feedback konsumen	Revisi desain sudah sesuai dengan hasil testing						
Bimbingan ke- 15	Bab 4			June 29, 2026	Merevisi dan cek pada bagian bab 4	Melengkapi penjelasan hasil perancangan dan testing						
Bimbingan ke- 16	Bab 4			July 2, 2026	Perancangan Media Turunan (Media Pendukung)	Menyelesaikan desain hang tag pakaian, hang tag tas, thank you card, styling card,serta media display pendukung						
Bimbingan ke- 17	Bab 4			July 5, 2026	Asistensi Penulisan Laporan Akhir	Merevisi Bab 4 serta melengkapi penjelasan hasil perancangan						
Bimbingan ke- 18				July 6, 2026	Asistensi Penulisan Laporan Akhir							
+ New page												

JAKARTA

LAMPIRAN 5

HASIL CEK TURNITIN



© 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





© 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

Similarity Report ID: oid:3618:144823116

Similarity Report ID: oid:3618:144823116

PAPER NAME
DESAIN GRAFIS 8A_DEDY BAGAS SAPU
TRA_PERANCANGAN KEMASAN SEBAGAI
MEDIA BRANDING UNTUK PAPIRO.pdf

WORD COUNT
18392 Words

PAGE COUNT
105 Pages

SUBMISSION DATE
Jul 3, 2026 2:40 PM GMT+7

CHARACTER COUNT
117705 Characters

FILE SIZE
1.9MB

REPORT DATE
Jul 3, 2026 2:41 PM GMT+7

10% Overall Similarity

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

- 9% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

10% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 9% 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	Internet	2%
2	kc.umn.ac.id	Internet	<1%
3	eprints.upj.ac.id	Internet	<1%
4	scribd.com	Internet	<1%
5	artikelpendidikan.id	Internet	<1%
6	core.ac.uk	Internet	<1%
7	metamorphosys.co.id	Internet	<1%
8	Octarian Rudy Husin Husin, Ahmad Farisi. "Evaluasi dan Perancangan ..."	Crossref	<1%

Summary

Sources overview

Similarity Report ID: oid:3618:144823116

Similarity Report ID: oid:3618:144823116

9	adoc.pub	Internet	<1%
10	ejurnal.balitbangda.kukarkab.go.id	Internet	<1%
11	repository.widyatama.ac.id	Internet	<1%
12	Ineke Oktaviana, Ginanjar Rahmawan. "MINAT BELI INTERNATIONAL F..."	Crossref	<1%
13	perumperindo.co.id	Internet	<1%
14	kontainerindonesia.co.id	Internet	<1%
15	repository.radenintan.ac.id	Internet	<1%
16	Muhammad Sidiq Abdul Jabbar, Mohammad Reza Pahlevi. "Perancangan..."	Crossref	<1%
17	Fera Fera, David David, Feriani Astuti Tarigan. "Perancangan Website C..."	Crossref	<1%
18	Rizky Damayanti Ritonga. "Perancangan Sistem Informasi Booking Lay..."	Crossref	<1%
19	anyflip.com	Internet	<1%
20	e-journal.trisakti.ac.id	Internet	<1%

21	repositori.ukwms.ac.id	Internet	<1%
22	unlam.ac.id	Internet	<1%
23	eprints.uny.ac.id	Internet	<1%
24	Tanty Nazala Asyla, Apriade Voutama. "Perancangan UI/UX Absensi da..."	Crossref	<1%
25	adoc.tips	Internet	<1%
26	ca.binus.ac.id	Internet	<1%
27	etheses.uin-malang.ac.id	Internet	<1%
28	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
29	vdocuments.site	Internet	<1%
30	repository.syekhnujati.ac.id	Internet	<1%
31	Wiji Nurastuti, Niken Larasati. "Rebranding UI/UX dalam Pengembang..."	Crossref	<1%
32	cuppacakezone.wordpress.com	Internet	<1%

Sources overview

Sources overview



© 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

iThenticate®			iThenticate®		
Similarity Report ID: oid:3618:144823116			Similarity Report ID: oid:3618:144823116		
33	prosiding-old.pnj.ac.id	<1%	45	repo.isi-dps.ac.id	<1%
34	Alifia Fahda Anisa, Weni Novandri, Larisa Pradisti. "Pengaruh Sosial Pr...	<1%	46	repository.stsrdvisi.ac.id	<1%
35	Bayu Aji Pamungkas, Anak Agung Gde Agung Indrawan. "Logo sebagai...	<1%	47	repository.unj.ac.id	<1%
36	Janne E Mewengkang, Danny D. S. Mukuan, Tinneke M. Tumbel. "Peng...	<1%	48	scriptura.petra.ac.id	<1%
37	doaj.org	<1%	49	ukmindonesia.id	<1%
38	docplayer.info	<1%	50	Dede Bilal Kurniawan, Amoga Lelo Octaviano, I Made Bayu Pramana. "I...	<1%
39	jptam.org	<1%	51	Diah Novianti. "REDESIGN USER INTERFACE WEBSITE UNIVERSITAS B...	<1%
40	web.unikom.ac.id	<1%	52	Kartini Kartini, Achmad Riady. "Product Innovation as the Foundation o...	<1%
41	yasnililiasputrapasaman.blogspot.com	<1%	53	Rina Juliastuti. "Peran Media Sosial sebagai Instrumen Komunikasi Pu...	<1%
42	ejurnal.provisi.ac.id	<1%	54	eprints.mercubuana-yogya.ac.id	<1%
43	girinarasoma.com	<1%	55	etd.repository.ugm.ac.id	<1%
44	indojurnal.com	<1%	56	juliusruntu.blogspot.co.id	<1%
Sources overview			Sources overview		
iThenticate®			iThenticate®		
Similarity Report ID: oid:3618:144823116			Similarity Report ID: oid:3618:144823116		
57	kumparan.com	<1%	69	repository.unib.ac.id	<1%
58	library.binus.ac.id	<1%	70	staiaifalah.ac.id	<1%
59	madaniya.pustaka.my.id	<1%	71	teknik.unpas.ac.id	<1%
60	repository.its.ac.id	<1%	72	budiluhur.ac.id	<1%
61	repository.unbari.ac.id	<1%	73	kompasiana.com	<1%
62	scenario.press	<1%	74	Reni Nasrianti, Susiwati. "Strategi Pengembangan Bisnis dalam Upaya...	<1%
63	Lalu Yayan Ardiansyah, Juliana Palit, Rahman Prasetyo. "PELATIHAN P...	<1%	75	Ririn Medistarani. "PENGEMBANGAN SISTEM ABSENSI MAHASISWA ...	<1%
64	doku.pub	<1%	76	cheesechicz.wordpress.com	<1%
65	hris-uai.github.io	<1%	77	de.scribd.com	<1%
66	id.123dok.com	<1%	78	digilib.isi.ac.id	<1%
67	juris.id	<1%	79	e.ujian.adila.ac.id	<1%
68	papadedesshop.com	<1%	80	eprints.umpo.ac.id	<1%
Sources overview			Sources overview		



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144823116

81	id.scribd.com	<1%
	Internet	
82	idr.uin-antasari.ac.id	<1%
	Internet	
83	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
84	repository.dinamika.ac.id	<1%
	Internet	
85	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
86	vizafitria.blogspot.com	<1%
	Internet	
87	allbestessays.com	<1%
	Internet	
88	gankoko.com	<1%
	Internet	
89	lontar.ui.ac.id	<1%
	Internet	
90	moeslimchoice.com	<1%
	Internet	
91	Andi Ainun Mardiah AS, Arniati Arniati, Sri Andayaningsih. "Pengaruh B...	<1%
	Crossref	
92	repository.warmadewa.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview

LAMPIRAN 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© 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





© 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

EMAIL

[dedybagas60@gmail.com]

RESUME

PHONE

[085732249671]



DEDY BAGAS SAPUTRA

DESAIN GRAFIS

saya adalah mahasiswa program studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta. Terampil dalam menciptakan desain visual yang menarik dan efektif untuk media digital dan cetak, saya ingin mengasah keterampilan saya dengan belajar hal baru dan berkembang mengikuti tren khususnya dalam bidang desain grafis.

PENDIDIKAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
Desain Grafis \ 2022 - Sekarang

PENGALAMAN KERJA

DESAIN GRAFIS INTERN 2025
MASSIVE DIGITAL
Merancang Visual Media Sosial Massive Digital dan Konten Kreator

SERTIFIKAT

KMDGI 2025
(Kriyasana Mahasiswa Desain Grafis Indonesia)

Massive Intern 2025
Magang

PENGALAMAN KEPANITIAAN

Design Odyssey - Divisi Dekorasi Acara 2024
Merancang, mengatur, menata konsep dekorasi sesuai tema acara untuk menciptakan suasana yang menarik dan sesuai dengan visi acara.

Spartan (Sport and Art competition) - Divisi Dokumentasi 2024
Mengabadikan semua momen penting selama kegiatan berlangsung seperti mengambil foto, video yang mencakup persiapan, pelaksanaan, hingga acara selesai.

Big Bos (Big Bakti Sosial) - Divisi Transportasi dan Logistik 2024
Mengoordinasikan pengaturan transportasi bagi panitia, peserta, dan tamu undangan, serta menyusun jadwal dan memastikan ketersediaan kendaraan sesuai kebutuhan acara.

SKILLS

Adobe Illustrator

Photography

Photoshop

Digital Illustration

CANVA DESIGN

Video Editing

Adobe Premier