

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**DESAIN KEMASAN PAPER BAG DAN COFFE CUP “KEDAI  
ABSTRAK” PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :**

- 1. GUFRAN DHIA SEKARAN / 061200046**
- 2. M. ALI RAMADHON HASIBUAN / 061200043**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat**

**Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**DESAIN KEMASAN PAPER BAG DAN COFFE CUP “KEDAI  
ABSTRAK” PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :**

- 1. GUFRAN DHIA SEKARAN / 061200046**
- 2. M. ALI RAMADHON HASIBUAN / 061200043**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat**

**Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

---

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**  
**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR**

---

**NAMA/NPM : 1. GUFRAH DHIA SEKARAN/061200046**

**2. M.ALI RAMADHON HASIBUAN/061200043**

**PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA**

**JUDUL : DESAIN KEMASAN PAPER BAG DAN COFFE  
CUP “KEDAI ABSTRAK” PALEMBANG**

**Tanggal : 15 Agustus 2023**

**Mengetahui, Pembimbing,**

**Rektor,**

**Eka Prasetya Adhy Sugara. S.T., M.Kom**

**NIDN : 0224048203**

**Benedictus Effendi. S.T., M.T.**

**NIP: 09.PCT.13**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**  
**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

---

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR**

**NAMA/NPM : 1. GUFRAH DHIA SEKARAN/061200046**

**2. M.ALI RAMADHON HASIBUAN/061200043**

**PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA**

**JUDUL : DESAIN KEMASAN PAPER BAG DAN COFFE  
CUP “KEDAI ABSTRAK” PALEMBANG**

**Tanggal : 15 Agustus 2023**

**Tanggal : 15 Agustus 2023**

**Penguji 1,**

**Penguji 2,**

**Dini Hari Pertiwi, S.Kom., M.kom.**

**Eko Setiawan, S.Kom., M.Kom.**

**NIDN : 0219078701**

**NIDN : 0208098702**

**Menyetujui,**

**Rektor**

**Benedictus Effendi, S.T., M.T.**

**NIP: 09.PCT.13**

**MOTTO :**

*“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.”(Bambang pamungkas)*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian dari syarat mencapai gelar ahli madya.

Laporan ini diberi judul “**Desain Kemasan Kedain Abstrak di Palembang**”.

Laporan Tugas Akhir ini dapat disusun dengan baik berkat bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukugan sebagai bahan masukan bagi penulis. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan limpahan rahmat, ilmu yang bermanfaat dan kesehatan.
2. **Bpk. Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.** Sebagai Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekaligus Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir.
3. **Bu Della** Sebagai pegawai di kedai abstrak palembang.
4. **Orang Tua dan Teman-Teman** yang telah memotivasi saya sehingga terselesaikannya laporan ini dengan baik.

Penulis sadar bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Demi kesempurnaan laporan ini.

Palembang, 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Bagi Umum.....	5
1.5.2 Manfaat Bagi Penulis .....	5
1.5.3 Manfaat Bagi Akademik .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori/Penelitian Terdahulu.....	7

2.1.1	Desain Produk.....	7
2.1.2	Kemasan.....	8
2.1.3	Fungsi Kemasan.....	9
2.1.4	Perancangan Desain Kemasan.....	10
2.1.5	Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.6	Metode Chuck Growth.....	12
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu .....	13

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jadwal dan Waktu Penelitian.....	18
3.1.1	Tempat Penelitian.....	18
3.1.2	Jadwal Penelitian .....	18
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.2.1	Wawancara .....	19
3.2.2	Studi Pustaka.....	21
3.2.3	Observasi.....	21
3.3	Tahap Pengerjaan .....	22

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil.....	29
4.1.1	Hasil Menentukan Masalah dan solusi.....	30
4.1.2	Hasil Menentukan hirarki.....	30
4.1.3	Hasil Desain Tahap Pertama.....	36
4.1.4	Hasil Pemetaan.....	39
4.1.5	Hasil Desain Template.....	40
4.1.5	Hasil Mockup.....	41
4.2	Pembahasan .....	42
4.2.1	Karya Pendukung.....	43

**BAB V PENUTUP**

5.1 Simpulan.....47

5.2 Saran.....47

**DAFTAR PUSTAKA..... xvi**

**HALAMAN LAMPIRAN..... xvii**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>1.1</b>	Lokasi	kedai
abstrak.....			3
<b>Gambar</b>	<b>2.1</b>	Gambar	kemasan
Kumoje.....			16
<b>Gambar</b>	<b>3.1</b>	Wawancara bersama karyawan	kedai
abstrak.....			20
<b>Gambar 3.2</b>	Hasil wawancara.....20		
<b>Gambar</b>	<b>3.3</b>	Lokasi kedai abstrak	saat ini.....
			22
<b>Gambar</b>	<b>3.4</b>	Lokasi kedai abstrak	saat ini.....
			22
<b>Gambar</b>	<b>3.5</b>	Kemasan kedai abstrak	saat ini.....
			23
<b>Gambar</b>	<b>3.6</b>	Logo	kedai abstrak.....
			24
<b>Gambar</b>	<b>3.7</b>	Gambar	font arial.....
			26
<b>Gambar</b>	<b>3.8</b>		Konsep warna.....
			27
<b>Gambar</b>	<b>4.1</b>	Logo	kemasan paperbag.....
			31
<b>Gambar</b>	<b>4.2</b>	Logo kemasan	<i>coffe cup</i> .....
			33
<b>Gambar</b>	<b>4.3</b>	Ilustrasi	paperbag minuman.....
			35
<b>Gambar</b>	<b>4.4</b>	Ilustrasi	paperbag minuman.....
			35
<b>Gambar</b>	<b>4.5</b>	Ilustrasi	paperbag minuman.....
			35
<b>Gambar</b>	<b>4.6</b>	Sketsa	paperbag minuman.....
			37

<b>Gambar</b>	<b>4.7</b>	Sketsa	paperbag	2		
minuman.....				37		
<b>Gambar</b>	<b>4.8</b>	Sketsa	paperbag	4		
minuman.....				38		
<b>Gambar</b>	<b>4.9</b>	Sketsa		<i>coffe</i>		
<i>cup</i> .....				38		
<b>Gambar</b>	<b>4.10</b>	Peletakan	Pada	<i>Template</i>	Desain	<i>Coffe</i>
<i>Cup</i> .....						39
<b>Gambar</b>	<b>4.11</b>	Peletakan	Pada	<i>Template</i>	Desain	<i>Coffe</i>
<i>Cup</i> .....						40
<b>Gambar</b>	<b>4.12</b>	Pengaplikasian	Desain	Pada	Template	
Kemasan.....						41
<b>Gambar</b>	<b>4.13</b>	Mockup	Kemasan	PaperBag	dan	<i>Coffe</i>
<i>Cup</i> .....						42
Gambar 4.14	Mockup X-Banner.....					43
Gambar 4.15	Desain stiker.....					44
<b>Gambar</b>	<b>4.16</b>	hasil	desain	kaos	kedai	
abstrak.....						45
Gambar 4.17	hasil desain mug kedai abstrak.....					46

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	13
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	18



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Dokumentasi Wawancara

Lampiran 2. Surat Balasan Riset

Lampiran 3. *Form* Topik dan Judul

Lampiran 4. *Form* Konsultasi

Lampiran 5. Surat Pernyataan

Lampiran 6. *Form* Revisi Ujian Proposal

Lampiran 7. *Form* Revisi Ujian Kompre

## ***ABSTRACT***

**M.ALI RAMADON, GUFRAH DHIA SEKARAN, Paper Bag and Coffee Cup Packaging Design at Abstract Palembang Shop**

Promotion is an attempt to provide information about a product with the aim of attracting potential customers to try it. Promotional activities cannot be separated from a company, because the company must be promoted to be known by the general public. Promotional activities are usually carried out by the company, including brochures, videos and packaging. Abstract Kedai is one of the coffee shops in Palembang City, which is located on Jl. KH. Ahmad Dahlan no 59 Talang Semut, Kec. Bukit Kecil, Palembang City, South Sumatra 30121. In order to survive and compete, a product marketing strategy is needed. Attractive packaging design is one way to promote the product presented. One of them is PaperBag and Coffee Cup packaging. However, the packaging is still a glass without a design and food packaging that does not show the characteristics of Kedai Abstract. So an attractive packaging design is needed so that it can add characteristics to the Abstract Store and be able to attract consumers. It is necessary to make a packaging design that is more attractive and adds unique characteristics by making PaperBags and Coffee Cups at the Abstract Shop. This design uses several methods used in data collection including interviews, observation, and literature study. Through this packaging design, it is hoped that Tadaik Abstract will be better known to the public and have the characteristics of the packaging. The design results show that by using food grade paper packaging materials, the packaging can function properly and is not prone to spills and can be designed as desired. The PaperBag and Coffee Cup packaging designs can be good promotional media so that Abstract Stores are better known by the people of Palembang.

**Keywords: Design, Packaging, Cup, PaperBag, Kedai Abstrak.**

## **ABSTRAK**

**M.MALI RAMADON, GUFRAH DHIA SEKARAN**, Desain Kemasan Paper Bag  
Dan Coffe Cup Kedai Abstrak Palembang

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan informasi tentang suatu produk dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk mencobanya. Kegiatan promosi tidak akan lepas dari sebuah perusahaan, karena perusahaan harus di promosikan untuk bisa dikenal oleh masyarakat banyak. Kegiatan promosi biasanya dilakukan oleh pihak perusahaan diantaranya dengan brosur, video, dan kemasan. Kedai Abstrak adalah salah satu kedai kopi yang ada di Kota Palembang, yang berlokasi di Jl. KH.Ahmad Dahlan no 59 Talang Semut, Kec. Bukit kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121. Agar dapat bertahan dan bersaing, maka dibutuhkan strategi dalam pemasaran produk. Desain kemasan yang menarik, merupakan salah satu cara dalam mempromosikan produk yang disajikan. Salah satunya adalah kemasan PaperBag dan Coffe Cup. Akan tetapi kemasan tersebut masih berupa gelas yang tanpa desain dan kemasan makanan yang kurang menunjukkan ciri khas pada Kedai Abstrak. Maka diperlukan desain kemasan yang menarik agar dapat menambah ciri khas pada Kedai Abstrak dan mampu menarik konsumen. Diperlukan pembuatan desain kemasan yang lebih menarik dan menambah ciri khas dengan membuat PaperBag dan Coffe Cup pada Kedai Abstrak. Perancangan ini menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan studi pustaka. Melalui desain kemasan yang dibuat ini diharapkan dapat membuat Kedai Abstrak ini bisa lebih dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas dari kemasan tersebut. Hasil perancangan menunjukkan bahwa dengan menggunakan bahan kemasan food grade paper, kemasan dapat berfungsi dengan baik dan tidak rawan tumpah serta dapat di desain sesuai keinginan. Desain kemasan PaperBag dan Coffe Cup ini dapat menjadi media promosi yang baik agar Kedai Abstrak lebih dikenal oleh masyarakat kota Palembang.

**Kata Kunci: Desain, Kemasan, Cup, PaperBag, Kedai Abstrak.**

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1 Latar Belakang Penelitian**

Di zaman modern sekarang ini pertumbuhan ekonomi begitu cepat terasa. Berkat pertumbuhan ini persaingan dalam dunia bisnis begitu ketat dirasakan. persaingan pasar menjadi sangat kompetitif semakin ketat, termasuk di sektor UKM (Usaha Kecil Menengah) di bidang pangan yang dituntut untuk terus berinovasi dalam produk, kemasan dan harga. Sehingga, kualitas produk bukan lagi satusatunya faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap penjualan. Akan tetapi, kemasan produk juga berperan sebagai branding yang membawa daya tarik dalam pemasaran suatu produk. Oleh karena itu, dimulai dengan inovasi produk terhadap konsumen dapat membangkitkan minat konsumen untuk memperluas pemasaran dan bertahan di era globalisasi ini, salah satunya melalui produksi paket siap saji yang mengkombinasikan estetika desain dan penggunaan warna yang sesuai dengan kemasannya.

Kemasan atau *packaging* merupakan bagian yang penting bagi produsen yang akan memasarkan produknya. Karena di era modern seperti sekarang ini, desain sebuah kemasan menjadi konsep yang dapat memicu dan memberikan daya tarik kepada seorang konsumen untuk membeli produk yang akan mereka beli (Susetyarsi, 2012) Selain untuk memberikan kesan daya tarik

kepada konsumen, sebuah kemasan juga harus memenuhi syarat keamanan produk di

dalamnya, sehingga produk yang akan di pasarkan lebih aman, bersih, menarik dan juga tahan terhadap cuaca saat akan didistribusikan.

Desain adalah proses berpikir berbasis gambar yang memadukan konsep komunikasi di dalam ekspresi kreativitas yang dituangkan dalam media berbasis visual yang menggunakan elemen desain grafis yang terdiri atas garis, bentuk, karakter, komposisi, warna, tata letak dan lain sebagainya. Sehingga, desain merupakan penggunaan komunikasi suatu produk menggunakan karya visual untuk menyampaikan pesan yang diinginkan.

kemasan merupakan desain kreatif yang memungkinkan untuk menjual produk dengan menggabungkan suatu bangun, struktur, warna, gradasi, gambar, logo, tipografi, sebagai elemen desain dan informasi produk. Kemudian, pengemasan produk dilakukan untuk mengemas, menjaga, menyimpan, mengirim, mengeluarkan, mengidentifikasi serta untuk menjadi pembeda otentifikasi dengan produk lain (Indarawan & Triyadi, 2018).

Kualitas kopi merupakan hal terpenting bagi pengusaha, namun hal yang harus diperhatikan selain kopi itu sendiri adalah kemasan kopi. Coffee Cup merupakan salah satu bentuk kemasan yang digunakan kedai kopi untuk mengemas produknya. Selain mudah di bawa, kemasan berbentuk Cup ini juga berfungsi sebagai pelindung kopi yang dapat di desain dengan semenarik mungkin. Selain Coffee Cup terdapat juga Paper Meal Box yang digunakan

untuk mengemas makanan. Sama seperti halnya Coffee Cup, Paper bag minuman juga di desain semenarik mungkin agar tampak lebih cantik dengan tidak melupakan fungsi utamanya untuk menjaga minuman agar lebih aman.

Kedai Abstrak adalah salah satu kedai coffe yang berada di Jl. KH.Ahmad Dahlan no 59 Talang Semut, Kec. Bukit kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121 yang berdiri sejak tahun 2019, kedai abstrak tergabung dalam beberapa tempat yang terdiri dari gerai-gerai (counters) makanan yang menawarkan aneka menu yang variatif dalam satu tempat dan kedai abstrak sendiri berfokus dalam menyajikan minuman. Agar dapat bertahan dan bersaing, maka dibutuhkan strategi dalam pemasaran produk. Desain kemasan yang menarik, merupakan salah satu cara dalam mempromosikan produk yang disajikan kedai abstrak agar lebih di kenal dan diminati oleh masyarakat kota Palembang.



**Gambar 1.1 Lokasi Kedai Abstrak Saat Ini**

Saat ini Kemasan yang digunakan pada Kedai abstrak masih menggunakan kantong plastik polos, bagi konsumen yang memesan untuk membawa pulang (*take away*). dan juga tidak ada keterangan yang merujuk pada logo, alamat, nomor telepon dan media sosial pada kemasan saat ini.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **Desain Kemasan Paper Bag Dan Coffe Cup Kedai Abstrak Palembang** yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan pada kedai abstrak serta menjadi media promosi agar kedai abstrak dapat di kenal luas oleh masyarakat palembang

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah mengenai bagaimana merancang kemasan yang praktis, menarik dan agar produk aman sampai ke tangan konsumen ?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian yang diambil penulis yaitu “ Desain Kemasan Pada Kedai Abstrak Palembang” adapun ruang lingkup penelitian ini ruang lingkupnya mulai dari proses sketsa gambar secara manual hingga desain secara digital, rancangan layout kemasan, pemilihan huruf dan warna kemasan, hingga kemasan dibuat ke dalam bentuk fisiknya dan tentunya sebagai hasil penelitian laporan tugas akhir penulis.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain kemasan yang praktis dan menarik sehingga dapat memberikan rasa puas kepada konsumen, dan juga akan menjadi sebuah identitas yang terdapat pada desain kemasan tersebut,

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Bagi Penulis**

Adapun manfaat bagi penulis adalah Dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman dalam mendesain kemasan produk

### **1.5.2 Manfaat Umum**

Adapun manfaat bagi umum adalah dapat memperkuat identitas sebuah produk kemasan karena desain kemasan yang simple dan menarik

### **1.5.3 Manfaat Bagi Akademik**

Adapun manfaat bagi akademik adalah penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Palcomtech khususnya untuk Prodi Desain Komunikasi Visual

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Laporan Tugas Akhir ini disusun dalam beberapa bab, yang terdiri dari:

### **BAB I. Pendahuluan**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II. Tinjauan Pustaka**

Bab ini penulis menguraikannya yang terdiri dari landasan teori sistem, program yang digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini, kemudian pengumpulan teori-teori terdahulu guna untuk penguat laporan penulis, serta konsep-konsep baru dalam menyelesaikan masalah yang berkenaan dengan topik dan fokus.

## **BAB III. Metode Penelitian**

Bab ini penulis menjelaskan mengenai metode penelitian, lokasi, jadwal penelitian dan jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir, serta beberapa konsep yang digunakan dalam menyusun laporan dan projek akhir, seperti konsep visual, konsep huruf, konsep warna dan sketsa.

## **BAB IV. Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan mengenai analisis, analisis visual, analisis huruf, analisis warna, perancangan, serta hasil dan pembahasan

## **BAB V. Simpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari semua uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya dan juga berisi saran-saran yang diharapkan berguna dalam peneliti

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Desain Produk**

Desain kemasan merupakan usaha kreatif dalam memproses suatu benda yang nantinya berfungsi sebagai pembungkus atau wadah dari suatu produk. Proses pembuatan desain mengacu pada rancangan untuk produk itu sendiri. Misalnya, bahan dasar kemasan, warna, jenis font, sampai elemen grafisnya.

Sebuah desain yang baik hendaknya juga punya nilai cerita yang dapat tersampaikan ke konsumen. Secara tidak langsung, kemasan pada akhirnya harus mampu memberi pengalaman ke konsumen melalui sentuhan dan penglihatan.

Dengan *kompleksitas* sebuah desain *packaging* produk tersebut, sangat wajar jika pada akhirnya banyak produsen mencurahkan banyak waktu dan tenaga untuk rancangan desain. Bukan cuma persoalan memenangkan hati para konsumen, tetapi juga menyampaikan pesan penting hingga ke hati mereka.

Rakhmad Supriyono, menyatakan bahwa desain komunikasi visual merupakan ilmu yang membahas penggunaan media melalui aspek komunikasi dengan manifestasi daya kreatif melalui penggunaan enam elemen desain komunikasi visual, yaitu (Haholongan & Jayadi, 2019).

### 2.1.2. Kemasan

Kata “Kemasan” bersumber dari kata “mengemas” yang artinya “membungkus”, sehingga kata “kemasan” secara umumnya diartikan sebagai benda yang berguna untuk menyimpan dan menjaga isi di dalamnya, serta membawa citra tertentu sebagai pemberi kesan pertama. Kemasan adalah suatu desain berbasis visual yang meliputi struktur bentuk, bahan, dan warna. Sedangkan informasi pada produk berisi citra, karakter, tipografi dan elemen desain lainnya yang berfungsi menyajikan penjelasan tentang produk itu sendiri, agar dapat dipasarkan pada segmen pasarnya secara tepat.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 27) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Penjelasan diatas bisa disimpulkan, bahwa pengemasan merupakan kegiatan merancang dan memproduksi suatu wadah untuk produk yang menjadi faktor yang sangat penting dalam sebuah strategi pemasaran

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membantu membangun brand atau merek dengan tujuan untuk meningkatkan daya beli produk. Hal tersebut disebabkan karena kemasan adalah impresi pertama atau tanggapan yang dilihat dari produk secara *visual* dengan maksud untuk menarik minat pembeli. Kemasan disebut “pemicu” konsumen untuk menggunakan produknya karena berhubungan langsung. Jadi, daya tarik suatu produk sangat dominan didapatkan dari kemasannya. Dari segi fungsi, bentuk kemasan harus mudah diterima dan dipahami sebagai sesuatu yang dapat

dibutuhkan, dibawa, dilindungi dan dibuka. Sedangkan, Pengemasan haruslah memenuhi kriteria sebagai fungsi pengemasan, yakni dapat melindungi produk secara keseluruhan.

### **2.1.3. Fungsi Kemasan**

Hermawan Karatajaya, seorang pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dulu orang mengatakan bahwa “*Packaging protects what it sells* (Kemasan melindungi apa yang dijual)”. Sekarang, “*Packaging sells what it protects* (Kemasan menjual apa yang dilindungi)”. Dengan kata lain, kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya. Jika kemasan akan digunakan semaksimal mungkin dalam pemasaran, fungsi kemasan harus menampilkan sejumlah faktor penting sebagai berikut :

- 1. Faktor Pengamanan** : Melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbulnya kerusakan barang, seperti : Cuaca, sinar, jatuh, tumpukan, kuman, serangga, dll.
- 2. Faktor Ekonomi** : Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya.
- 3. Faktor Komunikasi** : Sebagai media komunikasi yang mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi, dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami, dan diingat.
- 4. Faktor Estetika** : Keindahan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, huruf, dan tat letak untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

**5. Faktor Identitas :** Secara keseluruhan, kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, yakni memiliki identitas produk agar mudah dikenal dan membedakannya dengan produk-produk yang lain. Sebuah kemasan yang buruk akan memberikan citra jelek terhadap suatu produk yang baik dan tidak akan dapat menolong menjual produk apa pun.

### **2.1.3. Perancangan Desain Kemasan**

Perancangan atau merancang merupakan upaya untuk menyusun, menerima dan menciptakan hal yang baru atau inovasi yang berguna menunjang kehidupan manusia. Dalam hal ini, desain dapat dihasilkan dari suatu yang benar-benar baru atau evolusi atau perubahan dari produk yang sudah tersedia, dengan maksud meningkatkan kinerja atau daya jual. Konsep ini banyak digunakan oleh produsen untuk menciptakan varian produk yang berbeda yang dipersepsikan sebagai produk baru dimata konsumen. Penciptaan desain kemasan produk yang menarik dan khas dapat memberikan karakteristik lain pada produk dan salah satu sarananya adalah penyajian visual produk. (Amelia & Oemar, 2017).

Desain kemasan adalah kegiatan merancang dan mengemas produk, desain kemasan memanfaatkan simbolisme atau brand yang membawa citra positif suatu merek dagang, serta meberikan informasi yang diperlukan oleh konsumen. Proses pengerjaan desain kemasan memerlukan banyak petunjuk membuat kemasan yang perlu diperhatikan seperti perwarnaan, karakter, bentuk, logo, nama merek, bahan dan label informasi. Penjelasan yang berada

di dalam produk haruslah bisa membuat konsumen memaknai keputusan pembelinya (Njoto, 2016).

#### **2.1.4. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen terbentuk ketika kenyataan lebih baik dari harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. kinerja melebihi harapan, mereka merasa puas dan sebaliknya ketika kinerja mereka tidak mungkin kecewa (Rahayu, 2021). Oleh sebab itu, kepuasan konsumen harus diutamakan sebagai strategi melalui uji dan analisis yang rinci dan tepat tentang keinginan konsumen. Kepuasan pasar ialah hasil review dari konsumen yang menggunakan produk atau jasa dan telah mencapai tingkat di mana tingkat kinerja tersebut dicapai kurang lebih (Widyastuti, 2017). Menurut Fandy Tjiptono (Herdiana, 2019) kepuasan konsumen adalah kunci untuk menjaga pelanggan. Untuk mengetahui indikator kepuasan, maka dapat melakukan analisa konsumen melalui:

1. Re-purchase atau kembali membeli, yaitu konsumen kembali menggunakan produk barang/jasa.
2. Word-Of-Mouth, atau perkataan baik oleh konsumen kepada orang lain tentang produk tersebut.
3. Citra merek yaitu produk memiliki nama baik yang lebih unggul dari pada merek pesaing.
4. Keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan produk lain yang ada dari perusahaan yang sama.

### 2.1.5. Metode Chuck Growth

Penulis menggunakan metode perancangan Chuck Groth dalam Setiadi (2014: 2) pada contoh proses desain kemasan dengan studi kasus“(Baking Mix) Quick & Easy to make Blueberry Muffins”.

1. Mengerti masalah dan menentukan solusi. Misalnya visual kemasan harus menunjukkan kualitas, jelas dan terorganisir.
2. Menentukan hirarki, membuat list elemen dan menentukan letak elemen pada panel. Elemen kemasan meliputi nama produk, nama perusahaan, logo (disetiap panel), ilustrasi (foto/gambar), slogan, instruksi saran penyajian, diagram penyajian, resep tambahan, informasi nutrisi, berat bersih, bahan, alamat perusahaan/telp suara konsumen/alamat website, universal product code (UPC) barcode, symbol recycle, dan instruksi membuka kemasan.
3. Desain tahap pertama, membuat sketsa thumbnail. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi, dan pemilihan font.
4. Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih.
5. Mengaplikasikan desain pada template kemasan.
6. Membuat mock-up, untuk melihat bagaimana kemasan di tangan, dilihat dari sudut dan jarak berbeda, dan diletakkan pada kemasan 17 pesaing. Mock-up dibuat dengan material yang memang akan diproduksi, agar dapat lebih tepat menilai tampilan

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2 penelitian terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Nama jurnal	Hasil Penelitian
1	Melisa Natalia Limarta , Elisabeth Christine Yuwono , Bambang Mardiono	Perancangan Desain Kemasan Produk Kumoje UD. WMS Jember	Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra Vol 1, no 10 (2017)	Dari hasil final desain kemasan yang dihasilkan, maka dilakukan pengujian pada kemasan, yaitu meliputi tes kemasan sebagai tempat, menarik, dapat melindungi, praktis, ketepatan ukuran, serta segi pengangkutan, namun pada kenyataannya, tidak semua test dapat dilakukan karena dianggap sulit dan membutuhkan

				waktu yang lama untuk melakukan penelitian.
2	Alfin NF Mufreni(2016)	Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen	Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol.2 No.2. ISSN: 2477-2275.	Hasil analisis data dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa desain produk, bentuk kemasan dan bahan (material) kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan Tocha mampu meningkatkan minat pembelian konsumen.
3	Audrey Lutfianti, Elda Franzia Jasjfi	Analisis Visual Kemasan Botol Good Day Pada Gaul Creation Competition 2019	jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan kemasan yang

		Dengan Tema “Indonesia Banyak Rasa”	Desain, Volume 8, Nomor 1, April 2023, pp 1-18j	ideal untuk produk madu murni bunga kopi adalah bahan kemasan botol jika dibanding dengan flexible packaging. Hal ini dikarenakan bahan kemasan botol mampu memenuhi fungsinya sebagai kemasan yang efisien dan efektif.
--	--	-------------------------------------	---	--

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini penelitian mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Limarta, Yuwono, Mardiono (2017) Konsep yang diangkat melalui kemasan Kumoje adalah kemasan oleh-oleh yang modern namun tetap memiliki kesan tradisional dan memiliki unsur kebudayaan Kota Jember.

Selain itu tentunya, kemasan dapat memberikan kesan higienis dan mudah untuk dibawa. Dari hasil final desain kemasan yang dihasilkan, maka dilakukan pengujian pada kemasan, yaitu meliputi tes kemasan sebagai tempat, menarik, dapat melindungi, praktis, ketepatan ukuran, serta segi pengangkutan. Ditinjau dari sisi pengamanan produk, kemasan dapat melindungi produk dari benturan, tumpukan, dan guncangan saat dalam pengiriman. Dengan adanya kemasan sekunder yang membungkus rapat kemasan primer juga menjaga agar produk tidak mudah mengalami benturan dan aman dari guncangan yang dapat menghancurkan tekstur produk, khususnya produk kue kering dan stick mocaf.



**Gambar 2.1 gambar kemasan kumoje**

2. Mufreni (2016) Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli

untuk dibandingkan produk kompetitor. Tujuan kemasan selain melindungi adalah menjual produk di dalamnya, menjual produk dengan kemasan dan desain yang tepat, untuk mendapatkan attention calon konsumen sehingga terjadi proses pembelian. Kemasan merupakan media iklan yang efektif

3. Lutfianti, Jasjfi (2023) peneliti bermaksud untuk melakukan analisis visual pada label kemasan botol Good Day Edisi Gaul Creation Competition tahun 2019 dengan tema “Indonesia Banyak Rasa” dari empat pemenang. Dalam kompetisi tersebut menampilkan keanekaragaman nilai luhur, keindahan alam Indonesia, keanekaragaman suku bangsa atau budaya. Analisis kemasan ini akan dilihat dari segi semiotika unsur kebudayaan, baik komposisi, bentuk, maupun warna yang terdapat dalam desain label kemasan Good Day Edisi Gaul Creation Competition tahun 2019. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis identitas budaya lokal dan makna yang tersirat dari masing-masing ilustrasi yang ditampilkan melalui kode-kode kebudayaan terutama budaya Indonesia pada desain label kemasan botol Good Day Edisi Gaul Creation Competition tahun 2019. Dengan demikian penelitian ini diharapkan menjadi referensi maupun pedoman para pengusaha dalam menghasilkan inovasi dalam bentuk desain kemasan melalui ilustrasi, warna ataupun tipografi.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jadwal Dan Tempat Penelitian

##### 3.1.1 Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian adalah di sebuah kafe yang berada di kota Palembang, tepatnya terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.59, Talang Semut, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121

##### 3.1.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.1. Jadwal Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2023																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul TA																								
2.	Pengumpulan data - wawancara - Studi pustaka - Observasi																								
3.	Pembuatan Proposal																								
4.	Ujian Proposal																								

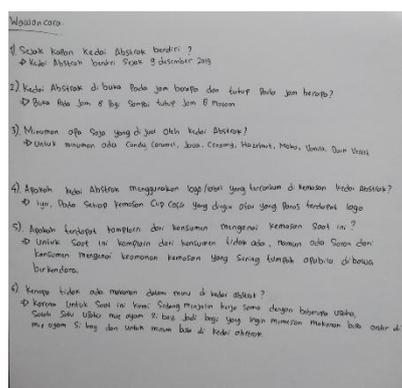


Berdasarkan penjelasan diatas penulis melakukan wawancara guna mendapatkan data yang relevan. Wawancara sendiri dilakukan terhadap karyawan kedai abstrak sehingga dapat ditemukannya permasalahan yang ada. Berikut adalah hasil gambar wawancara bersama karyawan kedai abstrak



**Gambar 3.1. wawancara bersama karyawan kedai abstrak**

(Sumber : Ali ramadon,2023)



**Gambar 3.2. Wawancara Bersama Karyawan Kedai Abstrak**

### **3.2.2 Studi Pustaka**

Menurut Damayanti (2013: 96), “Studi Kepustakaan adalah sumber-sumber kepustakaan yang dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, website, hasil-hasil penelitian (tesis) dan disertasi), dan sumber lainnya yang sesuai”. Studi Pustaka adalah sumber-sumber yang dibuat oleh para ahli atau sekelompok orang yang menganalisis suatu objek dan dimasukkan kedalam jurnal, buku yang memiliki hasil atau 25 nilai pengamatan tersendiri. Penulis melakukan pengumpulan data dengan memperoleh informasi yang diambil dari buku, jurnal dan website untuk dapat mendukung laporan dan proyek yang dikerjakan.

### **3.2.3 Observasi**

Menurut Fathoni dalam Chasanah (2016: 54), bahwa “Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran”.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa untuk mencapai hasil yang maksimal dengan mengamati dan dan memperhatikan segala sesuatu yang terjadi selama proses penelitian berlangsung. Berikut ini adalah gambar hasil pengamatan penulis di lapangan.



**Gambar 3.3. Lokasi Kedai Abstrak Saat Ini**  
(Sumber : Ali Ramadan,2023)



**Gambar 3.4. Lokasi Kedai Abstrak Saat Ini**  
(Sumber : Gufran,2023)

### 3.3 Tahap Pengerjaan

Dalam pengerjaan Desain Kemasan Kedai Abstrak ini memiliki beberapa tahapan, adapun tahapan pengerjaan tersebut sebagai berikut:

## 1. Mengerti masalah dan menentukan solusi

Mengerti masalah dan menentukan solusi. Misalnya visual kemasan harus menunjukkan kualitas, jelas, dan terorganisir. Setelah melakukan proses pengamatan, penulis menyimpulkan bahwa Kemasan yang digunakan pada kedai abstrak masih memakai kantong plastik polos biasa yang digunakan untuk membungkus pesanan konsumen, dan tidak terdapat identitas visual pada kemasan tersebut. Solusi dari masalah tersebut adalah dengan membuat desain kemasan yang menarik serta informatif. Berikut ini adalah gambar kemasan pada kedai abstrak saat ini.



**Gambar 3.5. Kemasan Kedai Abstrak Saat Ini**

(Sumber : Gufran,2023)

## 2. Menentukan Hirarki

Membuat list elemen dan menentukan letak elemen pada panel. Elemen kemasan meliputi nama produk, nama perusahaan, logo

(disetiap panel), ilustrasi (foto/gambar), slogan, instruksi saran penyajian, diagram penyajian, resep tambahan, informasi nutrisi, berat bersih, bahan, alamat perusahaan/telp suara konsumen/alamat website, *universal product code (UPC) barcode*, *symbol recycle*, dan instruksi membuka kemasan.

Berikut list elemen yang digunakan penulis meliputi :

**a. Nama produk**

Nama produk yang akan dibuat adalah *coffe & tea* yang nantinya akan diletakan pada bagian depan, belakang PaperBag dan *sleeve jacket coffe cup*

**b. Nama perusahaan**

Nama perusahaan yang akan dibuat penulis adalah kedai abstrak yang nantinya akan diletakan pada *sleeve jacket coffe cup*

**c. Logo**

Penulis menggunakan logo yang terdiri dari logo perusahaan, gambar cup minuman sketsa, sketsa atap rumah



**Gambar 3.6 logo kedai abstrak**

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

**d. Ilustrasi ( foto/gambar)**

Penulis membuat 3 ilustrasi kemasan paperbag yang memiliki ukuran yang berbeda-beda

**e. Slogan**

Slogan yang akan digunakan penulis adalah “ *Coffe Shop Hot & Cold Drink*, penulis akan meletakkan slogan di bagian depan dan belakang paperbag

**f. Alamat perusahaan**

Kedai abstrak terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.59, Talang Semut, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121

**3. Desain Tahap Pertama**

Membuat sketsa thumbnail. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi, dan pemilihan font.

**A. Sketsa Kemasan****Kemasan Paperbag**

Sketsa kemasan paperbag yang dibuat penulis memiliki 3 ukuran yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan fungsinya masing-masing dan juga penulis menambahkan alas di setiap paperbag untuk menjaga agar minuman tidak tumpah saat terguncang.

## B. Konsep Huruf

Penulis menggunakan huruf Arial untuk men-desain kemasan *paper bag dan coffe cup*.

### Huruf Arial

Font ini bermakna modern tanpa serif atau sirip yang umumnya mencerminkan klasik. Kesan kontemporer dengan gaya lebih humanis terpancar dalam lekukan halus yang dimilikinya.

A 0065	B 0066	C 0067	D 0068	E 0069	F 0070	G 0071
H 0072	I 0073	J 0074	K 0075	L 0076	M 0077	N 0078
O 0079	P 0080	Q 0081	R 0082	S 0083	T 0084	U 0085
V 0086	W 0087	X 0088	Y 0089	Z 0090		

**Gambar 3.7 Font Arial**

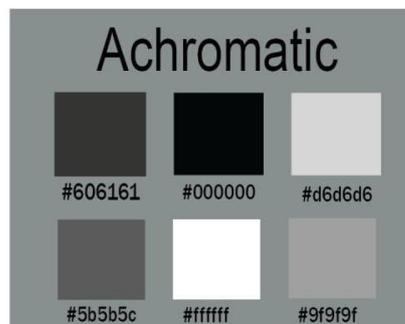
(Sumber : <http://WWW.fontsmarket.com>)

## C. Konsep Warna

Konsep warna yang digunakan penulis untuk men-desain kemasan *paper bag* adalah warna akromatik Menurut Monica (2011: 1088) “warna akromatik adalah beberapa tingkatan gradasi warna dari hitam ke putih, termasuk warna abu-abu”. Warna Akromatik merupakan warna kombinasi gelap dan terang saja. Berdasarkan

etimologinya yakni, A yang berarti tidak dan Chromatic yang berarti warna. Golongan warna ini juga sering disebut dengan grayscale.

Alasan pemilihan warna acromatik Karena warna akromatik merupakan warna netral yang mempunyai kecerahan, tetapi tidak mempunyai rona dan saturasi. Warna akromatik tidak bisa ditemukan didalam roda warna sebab tidak mempunyai rona dan saturasi. Walau warna akromatik hanya terdiri dari warna mendasar, warna ini justru sangat di minati karena mudah dipadu-padankan dengan warna lainnya.



**Gambar 3.8 Konsep warna**  
( Sumber :Gufran,2023 )

#### 4. Pemetaan

Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih. Pada tahap ini penulis meletakkan beberapa tulisan seperti nama produk, alamat produk, slogan serta nama perusahaan

sesuai dengan sketsa layout. Dalam pengaplikasian desain dari sketsa ke digital penulis menggunakan *Software Adobe Illustrator*

#### **5. Mengaplikasikan desain pada template kemasan.**

Pada tahap ini penulis mengaplikasikan desain sesuai dengan sketsa yang sudah dibuat, dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CS6. Pada *tampilan sleeve jacket Coffee Cup* diletakkan tulisan Kedai abstrak *coffe & tea*. Disebelah kiri dan kanan tulisan Kedai Abstrak diletakkan garis lurus sebagai penegas tulisan kedai abstrak yang menjadi pusat perhatian pertama pembeli.

#### **6. Membuat Mock-Up**

Untuk melihat bagaimana kemasan di tangan, dilihat dari sudut dan jarak berbeda, dan diletakkan pada kemasan pesaing. Mock-up dibuat dengan material yang memang akan diproduksi, agar dapat lebih tepat menilai tampilan

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil**

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk mengolah data yang dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran. Analisis adalah tahap penyesuaian masalah yang ada untuk mendapatkan gambaran objek secara menyeluruh. Tahapan analisis dilakukan sebelum tahapan desain dan diperlukan untuk dapat memperoleh kesimpulan dan permasalahan yang dihadapi.

Berdasarkan hasil pengumpulan data baik literatur maupun pengambilan secara langsung di lapangan, selanjutnya data-data analisis visual yang meliputi pemilihan jenis media, unsur-unsur tampilan visual, pengambilan foto dan pembuatan sketsa, kemudian analisis huruf, dan analisis warna. Berdasarkan kesimpulan tersebut dibuatlah alternatif-alternatif desain. Selanjutnya desain terpilih akan diproduksi dan disesuaikan dengan bahan, alat, dan teknik cetak masing- masing. Dari hasil produksi tersebut didapat wujud atau bentuk media komunikasi visual yang akan disebarluaskan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi”. Dengan metode ini dapat diketahui sifat-sifat, karakter, dan data lain yang diperlukan untuk perancangan kemasan Paperbag dan Coffecup Kedai Abstra

#### 4.1.1 Hasil Mengerti Masalah Dan Menentukan Solusi

Hasil tahap mengerti masalah dan menentukan solusi visual kemasan harus menunjukkan kualitas, jelas dan teroganisir. Setelah proses pengamatan, penulis mendapati bahwa kemasan yang digunakan saat ini tidak terlihat menarik. Kemasan yang digunakan kedai abstrak saat ini masih berbahan plastik polos dan identitas dari usaha masih belum ada pada kemasan, maka penulis mendesain kemasan baru pada kedai abstrak yang aman dan terlihat menarik di mata konsumen. penulis mendesain 3 kemasan yang sesuai pada kebutuhan yg terdiri dari kemasan yang berisi 1 minuman, kemasan yang berisi 2 minuman dan yang terakhir kemasan yang terdiri dari 4 minuman.

#### 4.1.2. Menentukan Hirarki

Hasil tahap menentukan hirarki, membuat list elemen dan menentukan letak elemen pada desain kemasan yang akan dirancang. Elemen kemasan meliputi nama produk, nama perusahaan, logo (disetiap panel), ilustrasi (foto/gambar), slogan, informasi bahan-bahan yang digunakan, sertifikasi halal, sertifikasi dinkes dan alamat perusahaan/telp. Pada tahap ini penulis membuat sketsa desain kemasan dengan membuat sketsa dan menentukan layout yang akan diterapkan ke dalam kemasan

##### 4.1.2.1 Nama Produk

Nama produk yang akan dibuat adalah *coffe & tea* yang nantinya akan diletakan pada bagian *sleeve jacket coffe cup*,

Penulis juga meletakkan nama produk *coffe & tea* pada bagian depan dan belakang kemasan Paperbag, menggunakan font Arial agar dapat terbaca dengan jelas

#### 4.1.2.2 Nama Perusahaan

Nama perusahaan yang akan dibuat penulis adalah kedai abstrak yang nantinya akan diletakan pada bagian depan paperbag dan *sleeve jacket coffe cup*

#### 4.1.2.3 Logo

Filosofi Logo yang berada di kemasan paperbag dan *sleeve jacket coffe cup*



**Gambar 4.1 Logo Kemasan Paperbag**

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

losofi logo kemasan paperbag

- **Arti Warna Hitam**

Warna hitam merupakan warna dominasi dan warna dasar yang netral. Semakin besar seseorang ingin memberikan kesan kekuatan pada perusahaan, maka semakin banyak juga warna hitam yang digunakan

dalam desain logo tersebut. mampu membuat orang-orang merasa lebih kuat, lebih cepat, lebih sederhana dalam menggunakan produk tersebut.

Warna pada logo berfungsi untuk memberikan vibrasi tertentu di dalam suatu desain logo. Begitu hebatnya kekuatan warna, sehingga bisa memberikan efek psikologis dan kesan yang mendalam kepada semua orang yang melihatnya.

- ***Cup Coffee***

*Cup Coffee* yakni representasi dari minuman hangat maupun dingin yang ada di kedai abstrak tersebut adanya logo kedai abstrak di tengah tengah *Cup Coffee* yakni bertujuan untuk digabungkan nya logo kedai abstrak *Cup Coffee* tersebut.

- **Logo Kedai Abstrak**

Adanya Garis lurus dan berbentuk zigzag yang berarti Bergairah, semangat, dinamika atau gerak cepat, dengan warna kuning yang selalu diasosiasikan sebagai warna kebahagiaan kesan ini didapatkan dari warna kuning yang serupa dari warna cahaya matahari, Jadi warna kuning memberikan semangat baru pada penggunanya, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau

tujuan dari logo tersebut, dan dengan menggabungkan elemen garis dalam gambar teknik ilustrasi, seperti contoh –garis ilustrasi yang membentuk huruf A yang bisa di digabungkan dengan kalimat BSTRAK yang kalau di baca menjadi ABSTRAK yang akan menjadi salah satu bentuk sederhana yang akan membantu menarik perhatian pengunjung.

- ***Coffee Shop hot & Cold Drinks***

Kata kata ini berarti kedai kopi yang menjual berbagai minuman panas & dingin



**Gambar 4.2 Logo Kemasan *Coffe Cup***

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

### **ambar atap rumah**

Makna dari gambar atap rumah adalah untuk tempat berteduh atau tempat pelindung yang ada di dalam rumah tersebut, selain itu juga di representasikan agar konsumen yang menikmati hidangan yang berada

dikedai abstrak agar bisa merasakan kehangatan dan kenyamanan di rumah sendiri

- **Kedai Abstrak**

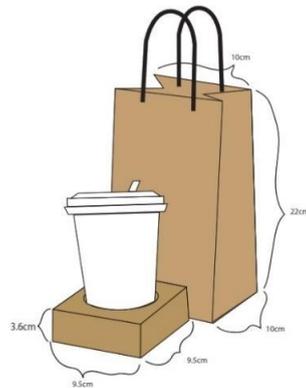
Kedai Abstrak yang artinya Kedai bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya) atau kedai kopi tempat menyediakan minuman (misalnya kopi, teh) dan makanan kecil (misalnya gorengan, kue-kue, dan sebagainya) yang digabungkan dengan kalimat abstrak yang menjadi Kedai abstrak.

- ***Coffe & Tea***

Coffe & Tea yang dalam bahasa indonesia yaitu kopi dan the, yang kopi adalah sebuah minuman yang bisa disajikan panas dan dingin berbahan dasar biji kopi yang telah disangrai atau panggang sebelumnya, sedangkan teh adalah minuman yang mengandung kafeina, sebuah infusi yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun, atau tangkai daun yang dikeringkan dari tanaman *Camellia sinensis* dengan air panas atau dingin.

#### **4.1.2.4 Ilustrasi ( Foto/Gambar )**

Berikut ini adalah beberapa ilustrasi kemasan *paperbag* yang dibuat penulis :



**Gambar 4.3 Ilustrasi Paper Bag Untuk 1 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)



**Gambar 4.4 Ilustrasi Paper Bag Untuk 2 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)



**Gambar 4.5 Ilustrasi Paper Bag Untuk 4 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)

#### **4.1.2.5 Desain Tahap Pertama**

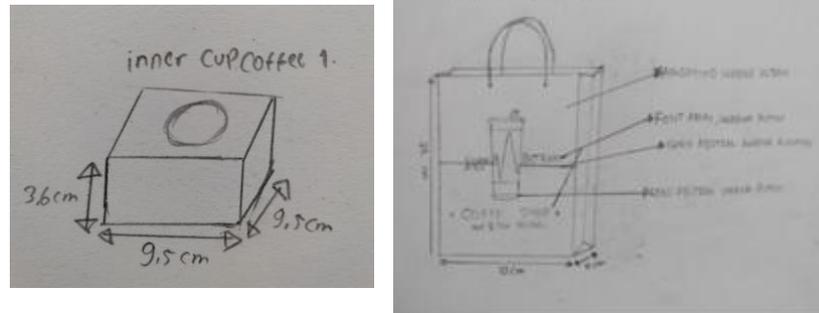
Membuat sketsa thumbnail. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi, dan pemilihan font.

##### **A. Konsep Visual**

##### **Kemasan Paperbag**

Desain kemasan yang akan dibuat oleh penulis memiliki 3 ukuran yang berbeda-beda disesuaikan dengan fungsinya masing-masing, dan penulis menambahkan alas di setiap paperbag untuk menjaga agar minuman lebih aman dan tidak tumpah saat terguncang.

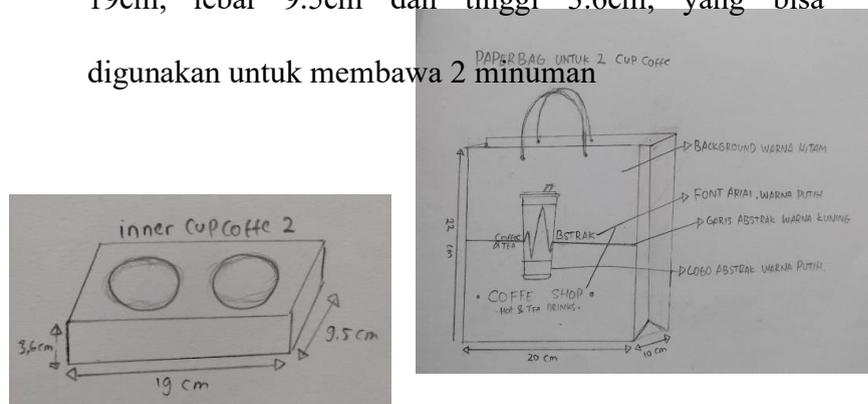
1. paper bag yang memiliki ukuran panjang 10cm, lebar 10cm dan tinggi 22cm. dengan alas yang berukuran panjang 9.5cm, lebar 9.5cm dan tinggi 3,6cm. yang bisa digunakan untuk membawa 1 minuman



**Gambar 4.6 Sketsa Paper Bag Untuk 1 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)

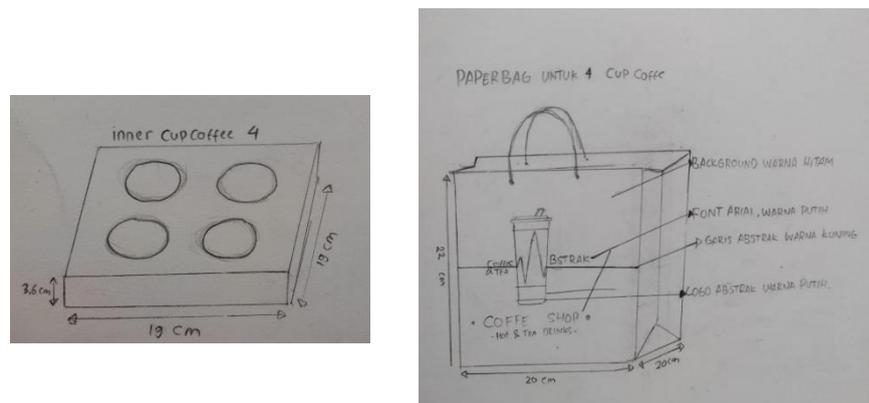
paper bag yang memiliki ukuran panjang 20cm, lebar 10cm dan tinggi 22cm, dengan yang berukuran panjang 19cm, lebar 9.5cm dan tinggi 3.6cm, yang bisa digunakan untuk membawa 2 minuman



**Gambar 4.7 Sketsa Paper Bag Untuk 2 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)

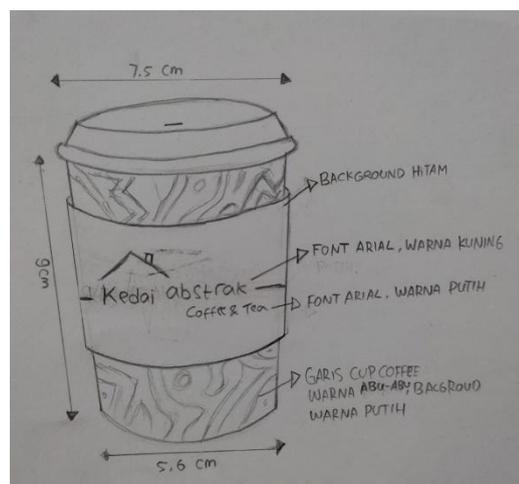
3. paper bag yang memiliki ukuran panjang 20cm, lebar 20cm dan tinggi 22cm dengan alas yang berukuran panjang 19cm, lebar 19cm dan tinggi 3,6cm, yang bisa digunakan untuk membawa 4 minuman sekaligus



**Gambar 4.8 Sketsa Paper Bag Untuk 4 Minuman**

(sumber: Ali dan gufran,2023)

- . ukuran sketsa coffe cup memiliki tinggi 9cm, panjang 7,5cm dan lebar 5,6cm



**Gambar 4.9 sketsa coffe cup**

(Sumber : Gufran,2023)

#### 4.1.2.6 Pemetaan

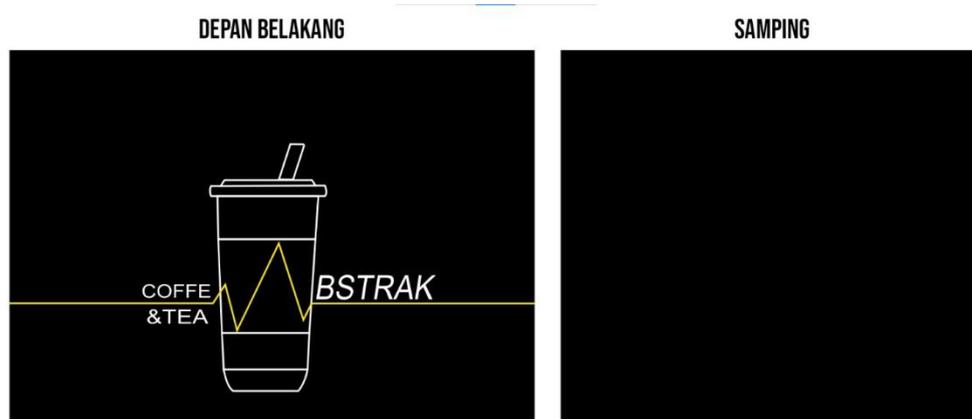
Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih. Sleeve jacket Coffee Cup diletakkan tulisan Kedai Abstrak *Coffe & Tea* dan gambar sketsa atap rumah sesuai sketsa layout.



**Gambar 4.10** Peletakan Pada *Template Desain Coffe Cup*

(Sumber : Gufran,2023)

Kemasan paperbag diletakkan sesuai sketsa layout. Pada bagian depan dan belakang kemasan diletakkan logo dan gambar *coffe cup* serta tulisan kedai abstrak *coffe & tea* dan garis lurus di sebelah kiri dan kanan tulisan Coffee agar menegaskan produk yang dijual

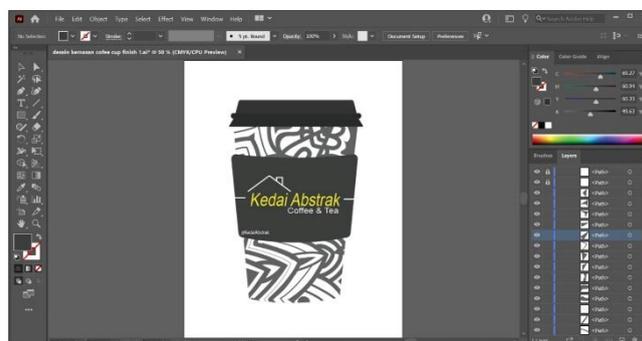


### Gambar 4.11 Peletakan Pada *Template Desain Coffe Cup*

(Sumber : Ali Ramadon,2023)

#### 4.1.2.7 Mengaplikasikan Desain Pada Template Kemasan.

Pada tahap ini penulis mengaplikasikan desain sesuai dengan sketsa yang sudah dibuat, dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CS6. Pada tampilan depan Coffee Cup diletakkan tulisan Kedai Abstrak *Coffe & Tea*. Di sebelah kiri dan kanan tulisan Kedai Abstrak diletakkan garis lurus sebagai penegas tulisan yang menjadi pusat perhatian pertama pembeli.



### **Gambar 4.12 Pengaplikasian Desain Pada Template Kemasan**

(Sumber : Gufran,2023)

masan paperbag diletakkan tulisan sesuai sketsa yang sudah dibuat. Pada bagian depan dan belakang kemasan diletakkan logo dan gambar *coffe cup* . Bagian kanan dan kiri kemasan diletakkan alamat kedai abstrak.

#### **4.1.2.8 Membuat Mock up**

Pada tahap ini penulis membuat prototype kemasan Coffee Cup dan PaperBag. Pada prototype Coffee Cup penulis menggunakan background warna hitam pada *bagian slevee jacket coffe cup* dan pada tulisan menggunakan warna kuning dan putih dengan desain sesuai dengan sketsa awal. Untuk desain kemasan PaperBag penulis menggunakan background warna hitam dan pada tulisan menggunakan warna kuning dan putih dengan menggunakan desain sesuai sketsa desain awal.



**Gambar 4.13 Mockup Kemasan PaperBag dan *Coffe Cup***

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

## 4.2 Pembahasan

Hasil dari desain kemasan paperbag dan *coffe cup* di kedai abstrak Palembang sesuai dengan metode perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya yaitu desain kemasan paperbag yang terdiri dari 3 jenis ukuran yang berbeda-beda dan juga memiliki fungsi yang berbeda-beda yang terdiri dari kemasan paperbag untuk 1 minuman, 2 minuman dan 4 minuman yang sudah termasuk alas minuman yang terletak di dalam paperbag yang berfungsi untuk mencegah agar minuman tidak bergerak saat di bawa oleh pelanggan. Dan juga desain *coffe cup* yang disesuaikan dengan perancangan awal yaitu pada tampilan cup yg memiliki gambar garis abstrak yang melambangkan kedai abstrak serta sleeve jacket *coffe cup* yang terdiri dari tulisan kedai abstrak *coffe & tea* serta gambar atap rumah yang terletak di atas tulisan dan garis lurus yang terletak di bagian

kanan dan kiri tulisan kedai abstrak yang berfungsi untuk mempertegas tulisan. Kemasan paperbag dan coffe cup ini diharapkan dapat meningkatkan produksi penjualan kedai abstrak, hasil dari perancangan projek tugas akhir ini akan ditampilkan dalam bentuk paperbag dan coffe cup sebagai karya utama dan beberapa karya pendukung lainnya berupa X-Banner, stiker, gelas dan kaos

### 4.3 Karya Pendukung

#### 4.3.1 X- Banner

*X banner* adalah jenis spanduk atau media promosi portabel yang memiliki bentuk seperti huruf "X" saat dipasang. *X banner* sering digunakan dalam acara pameran, promosi produk, atau kampanye iklan karena mudah dipasang, ringan, dan dapat dipindahkan dengan mudah. Ukuran *X banner* berukuran 60x160 cm. Informasi yang terdapat pada *X-banner* biasanya keterangan singkat tentang Judul Perancangan atau gambar



### Gambar 4.14 Mockup X-Banner

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

#### 4.3.2 Stiker

Stiker merupakan salah satu tipe label yang dapat dicetak di kertas, plastic, vinyl, atau material lain dengan perekat yang sensitive pada satu sisinya. Stiker dapat digunakan sebagai dekorasi atau untuk tujuan lainnya, tergantung dengan situasi.



### Gambar 4.15 Desain stiker

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

#### 4.3.3 Kaos

T-shirt (Kaos Oblong) adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong pada umumnya tidak mempunyai kancing, kerah, dan juga saku. Kebanyakan kaus oblong mempunyai lengan pendek (dari batas bahu sampai sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang digunakan untuk membuat t-

shirt adalah katun atau poliester (atau gabungan dari keduanya) Kaos yang terbuat dari katun umumnya memiliki kain yang terasa lembut. Pada umumnya penggunaan kaos lebih nyaman dibandingkan dengan memakai baju lainnya.



**Gambar 4.16. hasil desain kaos kedai abstrak**

(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

#### **4.3.4 Mug**

Mok atau mug adalah tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, teh, atau coklat panas. Mok memiliki pegangan dan mampu menampung sejumlah fluida yang lebih banyak dari jenis alat minum lainnya.



**Gambar 4.17. hasil desain mug kedai abstrak**  
(Sumber : Ali dan Gufran,2023)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah pembuatan perancangan desain kemasan PaperBag dan *coffe cup* ini, maka penulis mendapatkan beberapa kesimpulan:

1. Pembuatan desain grafis pada Kedai Abstrak ini merupakan salah satu karya yang dilakukan penulis dalam bidang Desain Komunikasi Visual.
2. Pembuatan kemasan PaperBag dan *coffe cup* ini dimaksudkan untuk dapat menjadikan Kedai Absrak memiliki kemasan dengan kualitas yang baik dan terlihat menarik serta menjadi media promosi.
3. Desain grafis pada PaperBag dan *coffe cup* ini menampilkan hasil visual yang menggunakan desain yang sederhana tetapi menarik untuk dilihat.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil perancangan Desain Kemasan Paperbag Dan *Coffe Cup* Pada Kedai Abstrak, Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan agar perangan desain kemasan yang lain lebih baik lagi :

1. Perlu adanya ide-ide yang baru dan kreatif dalam melakukan perancangan suatu desain kemasan.

2. Dalam perancangan diperlukan ketelitian, ketenangan dan kecermatan serta melakukan pemeriksaan setelah selesai membuat rancangan, agar desain yang dibuat tidak mendapatkan kesalahan sekecil apapun
3. Meminta pendapat orang lain tentang rancangan yang telah dibuat sebagai bahan masukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., & Oemar, E. A. (2017). Perancangan desain kemasan peppy's snack Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 5(3), 584-590.
- Damayanti, Ivoni Putri dan Bijaksana Prabawa. Perancangan Media Promosi Objek Wisata Taman Air Gua Sunyaragi Di Cirebon. Vol.4, No.3. ISSN: 2355-9349. 2017.
- Dewi, S. M., & Arief, E. (2020). ANALISIS STRUKTUR DAN CIRI KEBAHASAAN TEKS LAPORAN HASIL OBSERVASI SISWA KELAS VII SMP NEGERI 18 PADANG. *Pendidikan Bahasa Indonesia*, 9(4). <https://doi.org/10.24036/110725-019883>
- Haholongan, W., & Jayadi, I. (2019). Perancangan desain kemasan sebagai media untuk menarik minat beli konsumen bir pletok (setu babakan). *Jurnal Sistem Informasi*, 1(1), 27-44.
- Indrawan, A., Triyadi, A., & Adityawan, O. PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KOFFIE PRABU SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOPI GULA AREN
- Lutfianti, A., & Jasjfi, E. F. (2023). ANALISIS VISUAL KEMASAN BOTOL GOOD DAY PADA GAUL CREATION COMPETITION 2019 DENGAN TEMA "INDONESIA BANYAK RASA". *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 8(1), 1-18.
- Limarta, M. N., Yuwono, E. C., & Mardiono, B. (2017). Perancangan Desain Kemasan Produk Kumoje UD. WMS Jember. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(10), 8.
- Mufreni, Alfin NF. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol.2 No.2. ISSN: 2477-2275. 2016
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bumi anugerah. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.

- Setiadi, V. The Empowerment Of Sustainable Design In Food Packaging As Designer Responsibilities. 10.1088/1755-1315/106/1/012014
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 132997.
- Tumbol, Wanda J.N., A.T. Poputra dan T. Runtu. Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akutansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Membuat Bakso Pasuruan. *Jurnal EMBA Vol.2 No.2.ISSN: 2303-1174*. 2014