

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

DESAIN KEMASAN SEAFOOD RAISHA FROZEN FOOD



Diajukan oleh :

PENDI

061210022

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2024

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

DESAIN KEMASAN SEAFOOD RAISHA FROZEN FOOD



Diajukan oleh :

PENDI

061210022

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Mencapai Gelar Ahli Madya**

PALEMBANG

2024

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

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR

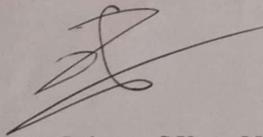
NAMA : PENDI
NOMOR POKOK : 061210022
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : DESAIN KEMASAN SEAFOOD RAISHA
FROZEN FOOD

Tanggal : 2 Juli 2024

Pembimbing,

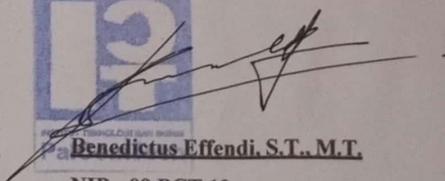
Mengetahui,

Rektor



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

NIDN : 0208098703



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 : PENDI
NOMOR POKOK : 061210022
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : DESAIN KEMASAN SEAFOOD RAISHA
FROZEN FOOD

Tanggal : 2 Juli 2024

Penguji 1

Adelin, S.T., M.Kom.

NIDN : 0211127901

Tanggal : 2 Juli 2024

Penguji 2

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

NIDN : 0219078701

Menyetujui,

Rektor

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

NIP : 09.PCT.13

MOTTO :

“ Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya di ingat “

Imam Syafa’i

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Sang Pencipta Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Pasangan Yang Sangat Dicintai
- ❖ Keluarga Yang Kusayangi
- ❖ Para Pendidik Yang Ku Hormati
- ❖ Kepada Diriku Sendiri Yang Telah Berjuang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian dari syarat mencapai gelar ahli madya. Laporan tugas akhir ini diberi judul “ **Desain Kemasan Seafood Raisha Frozen Food** “ Selama penulisan dan penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak tersebut yaitu kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat, ilmu yang bermanfaat dan kesehatan.
2. Bapak Eko Setiawan, S.Kom., M. Kom. Sebagai dosen pembimbing laporan tugas akhir.
3. Kedua orang tua, keluarga tercinta dan pasangan yang sangat dicintai
4. Kepada diriku sendiri yang telah berjuang
5. Kepada owner Raisha Frozen Food bu Arista Fitri Yani

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

Palembang, Juli 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Perumusan masalah	2
1.3 Ruang lingkup penelitian	2
1.3.1 Metode chuck growth	3
1.4 Tujuan penelitian	10
1.5 Manfaat penelitian	10
1.5.1 Manfaat bagi penulis	10
1.5.2 Manfaat bagi umum	10
1.5.3 Manfaat bagi akademik	10
1.6 Sistematika penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori	12
2.1.1 Desain produk	12
2.1.2 Kemasan	13
2.1.3 Fungsi kemasan	14
2.1.4 Perancangan desain kemasan	15
2.1.5 Kepuasan konsumen	16
2.2 Hasil penelitian terdahulu	17

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jadwal dan waktu penelitian	21
3.1.1	Tempat penelitian	21
3.1.2	Jadwal penelitian	21
3.2	Metode pengumpulan data	22
3.2.1	Wawancara	22
3.2.2	Studi pustaka	24
3.2.3	Observasi	24
3.3	Tahap pengerjaan	25
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil	32
4.1.1	Hasil Mengerti Masalah Dan Menentukan Solusi	32
4.1.2	Menentukan Hirarki	33
4.1.2.1	Nama Produk	33
4.1.2.2	Nama Perusahaan	33
4.1.2.3	Logo	33
4.1.2.4	Ilustrasi (Foto/Gambar)	34
4.1.2.5	Desain tahap pertama	35
4.1.2.6	Pemetaan	37
4.1.2.7	Mengaplikasikan Desain Pada Template Kemasan	38
4.1.2.8	Membuat mockup	39
4.2	Pembahasan	39
4.3	Karya Pendukung	40
4.3.1	X-Banner	40
4.3.2	Kartu Nama	41
4.3.3	Stiker	42
BAB V	PENUTUP	
5.1	KESIMPULAN	43
5.2	SARAN	43
	DAFTAR PUSTAKA	xii
	DAFTAR LAMPIRAN	x

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Referensi bentuk kemasan	3
Gambar 1.2 Kerangka Kemasan	4
Gambar 1.3 Pewarnaan Dasar	5
Gambar 1.4 Proses Desain Dan Tata Letak	6
Gambar 1.5 Nama Produk	6
Gambar 1.6 Informasi Produk	7
Gambar 1.7 Sisi Kemasan	7
Gambar 1.8 Pola Desain Sabuk	8
Gambar 1.9 Referensi Mock-Up	8
Gambar 3.1 wawancara bersama pemilik raisha <i>frozen food</i>	23
Gambar 3.2 wawancara bersama pemilik raisha <i>frozen food</i>	23
Gambar 3.3 lokasi raisha <i>frozen food</i> saat ini	25
Gambar 3.4 kemasan raisha <i>frozen food</i> saat ini	26
Gambar 3.5 Logo raisha <i>frozen food</i>	27
Gambar 3.6 Fontmontserrat	29
Gambar 3.7 Font sura	29
Gambar 3.8 Konsep warna	30
Gambar 4.1 tampak depan kemasan	34
Gambar 4.2 tampak belakang kemasan	34
Gambar 4.3 sketsa kemasan bagian depan dan belakang	36
Gambar 4.4 tampak depan dan belakang peletakan desain kemasan	37
Gambar 4.5 Pengaplikasian Desain Pada Template Kemasan	38
Gambar 4.6 kemasan <i>mock up frozen food</i>	39
Gambar 4.3.1 X-banner	41
Gambar 4.3.2 Kartu Nama	42
Gambar 4.3.3 Stiker logo	42

DAFTAR TEBEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	21

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

PENDI Raisha Frozen Food seafood packaging design

Promotion is an effort to provide information about a product with the aim of attracting potential consumers to try it. Promotional activities cannot be separated from a company, because companies must be promoted to be known by the public. Promotional activities are usually carried out by the company, including brochures, videos and packaging. Raisha Frozen Food is one of the frozen foods in Palembang City, which is located. Raisha frozen food is located in a shophouse, Jl Datuk Lrg. H. Moh., 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Palembang City, South Sumatra 30134. In order to survive and compete, a strategy is needed in product marketing. Attractive packaging design is one way to promote the products presented. One of them is seafood packaging. However, the packaging is still plain plastic packaging which does not show the characteristics of Raisha Frozen Food. So an attractive packaging design is needed so that it can add distinctive characteristics to Raisha Frozen Food and be able to attract consumers. It is necessary to create a more attractive packaging design and add distinctive characteristics by making seafood packaging for Raisha Frozen Food. This design uses several methods used in data collection including interviews, observation and literature study. Through the packaging design created, it is hoped that Raisha Frozen Food will be better known to the public and will have the distinctive characteristics of the packaging. The design results show that by using vacuum plastic packaging material, the packaging can function well and is not prone to leaking and can be designed as desired. This seafood packaging design can be a good promotional medium so that Raisha Frozen Food is better known to the people of Palembang city.

Keywords: Design, Packaging, Seafood, Raisha Frozen Food.

ABSTRAK

PENDI Desain kemasan seafood Raisha *Frozen Food*

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. Raisha *Frozen Food* adalah salah satu *Frozen Food* yang ada di Kota Palembang, yang berlokasi Raisha *frozen food* terletak di sebuah ruko, Jl Datuk Lrg. H. Moh., 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30134. 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 *Seafood*. Akan tetapi kemasan tersebut masih berupa kemasan polos plastik yang kurang menunjukkan ciri khas pada Raisha *Frozen Food*. Maka diperlukan desain kemasan yang menarik agar dapat menambah ciri khas pada Raisha *Frozen Food* dan mampu menarik konsumen. Diperlukan pembuatan desain kemasan yang lebih menarik dan menambah ciri khas dengan membuat kemasan *seafood* pada Raisha *Frozen Food*. 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 Raisha *Frozen Food* ini bisa lebih dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas dari kemasan tersebut. Hasil perancangan menunjukkan bahwa dengan menggunakan bahan kemasan plastik vacum, kemasan dapat berfungsi dengan baik dan tidak rawan bocor serta dapat di desain sesuai keinginan. Desain kemasan *Seafood* ini dapat menjadi media promosi yang baik agar Raisha *Frozen Food* lebih dikenal oleh masyarakat kota Palembang.

Kata Kunci: Desain, Kemasan, *Seafood*, Raisha *Frozen Food*.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Frozen food (makanan yang dibekukan) adalah proses mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah hampir seluruh kandungan air dalam produk menjadi es. Keadaan beku menyebabkan aktivitas mikrobiologi dan enzim terhambat sehingga daya simpan produk menjadi panjang. Produk pangan yang dibekukan tetap mempunyai batas waktu simpan atau daya simpan. Bahan pangan yang mengandung lemak tinggi akan berdaya simpan lebih pendek dibandingkan dengan yang berkadar lemak rendah (F. Bachtiar, 2018).

Raisha Frozen Food adalah sebuah toko dipalembang yang menjual produk mentahan *seafood* dalam kemasan seperti kerang, kepiting, cumi-cumi, gurita dan lain-lain. Toko tersebut sudah berdiri sejak tahun 2022 dan telah memiliki logo namun kemasan yang digunakan adalah kemasan plastik vacuum polos yang dimana tidak memiliki desain kemasan serta tidak ada identitas toko pada kemasan itu sendiri. Tujuan pembuatan kemasan ini adalah untuk membuat identitas pada toko serta meningkatkan citra toko tersebut, maka dari itu penulis melakukan sebuah desain bisnis produk makanan *seafood* dengan judul “ Perancangan Desain kemasan Raisha *Frozen Food* ”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil penulis yaitu “ Desain Kemasan *Seafood Raisha Frozen Food* ” adapun ruang lingkup penelitian ini ruang lingkungnya 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. Menentukan tema pembuatan desain kemasan
2. Membuat desain kemasan berupa sketsa kasar
3. Menentukan warna dan tata letak desain
4. Membuat desain prototype kemasan
5. Membuat contoh kemasan mock up digital di adobe photoshop
6. Mencetak mock up hasil jadi

1.3.1 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 (di setiap 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

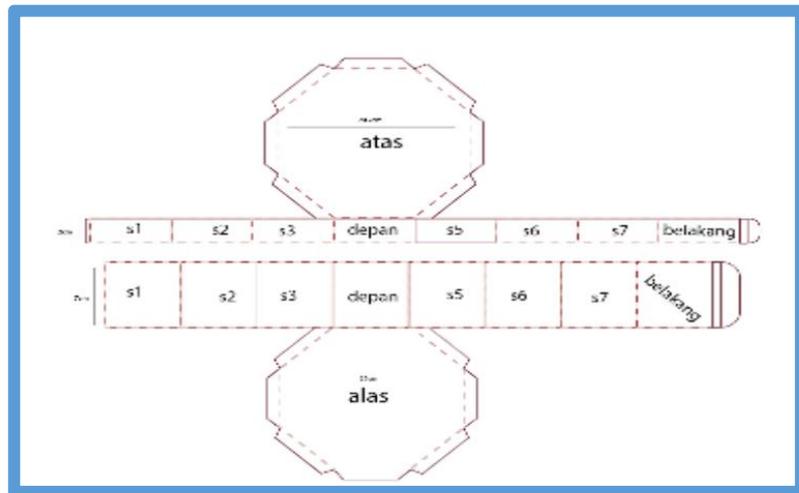
Tahapan metode Chuck Growth

1. Penulis membuat beberapa contoh bentuk kemasan, seperti pada Gambar



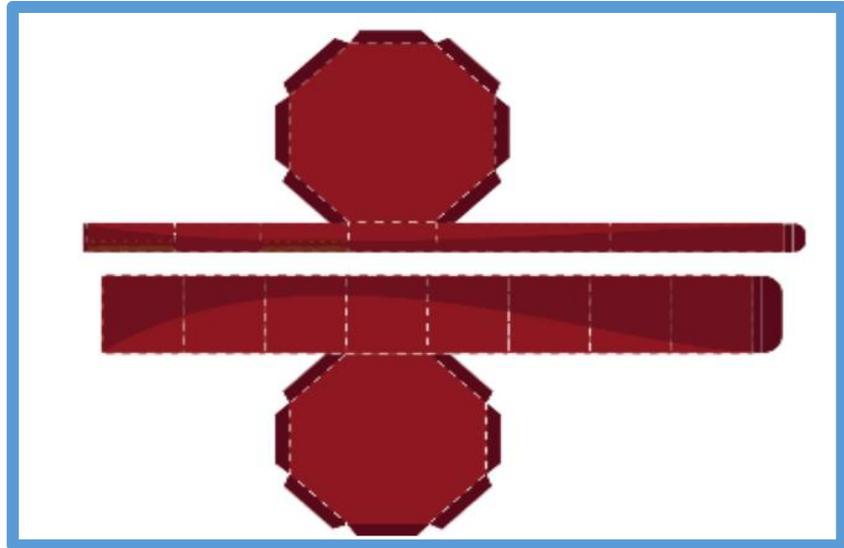
Gambar 1.1 Referensi bentuk kemasan

2. Membuat pola kerangka kemasan dalam bentuk digital seperti Gambar 2, penandaan layout dimulai dari bagian depan yang bersentuhan dengan alas sebagai acuan, hal ini hanya sebagai acuan untuk mempermudah penulis dalam menentukan posisi layout.



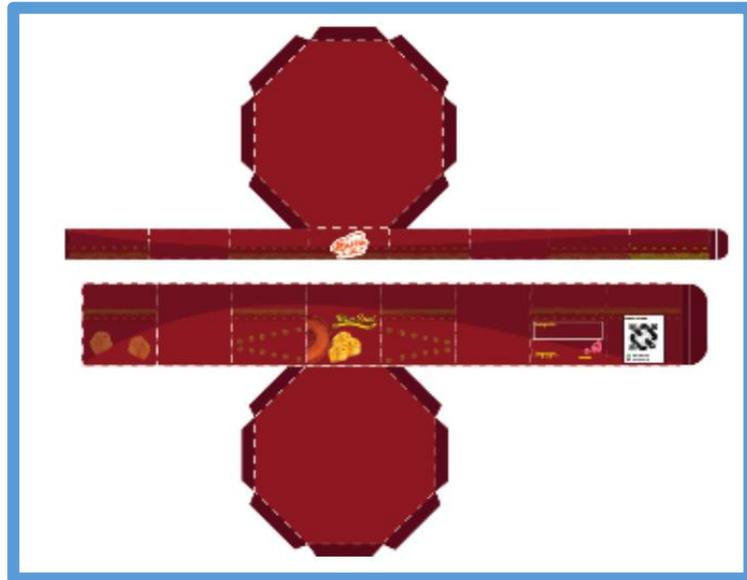
Gambar 1.2 Kerangka Kemasan

3. Pewarnaan dasar kemasan seperti di Gambar 3, warna merah marun memiliki karakteristik yang kuat, berani dan elegan. Warna ini juga mewakili warna khas Palembang. Tujuan dari perancangan desain kemasan ini adalah dapat mengenalkan kue suri sebagai makanan khas Palembang kepada masyarakat luas khususnya masyarakat Palembang dan menjadi media promosi berani dan elegan.



Gambar 1.3 Pewarnaan Dasar

4. Proses mendesain dan menentukan layout, Penulis memberikan corak songket yang merupakan kain khas Palembang. Agar kesan Palembang-nya lebih hidup, dan kue suri yang merupakan makanan khas Palembang dapat lebih dikenal. Karena selain berfungsi sebagai wadah dan pelindung suatu produk, kemasan juga dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut, serta kemasan juga dapat dijadikan sebagai media promosi. Maka sangat diperlukan berbagai informasi dari produk tersebut. Untuk nama produk dan ilustrasi produk berupa foto (foto kue suri) akan diposisikan pada bagian depan seperti di Gambar 4.



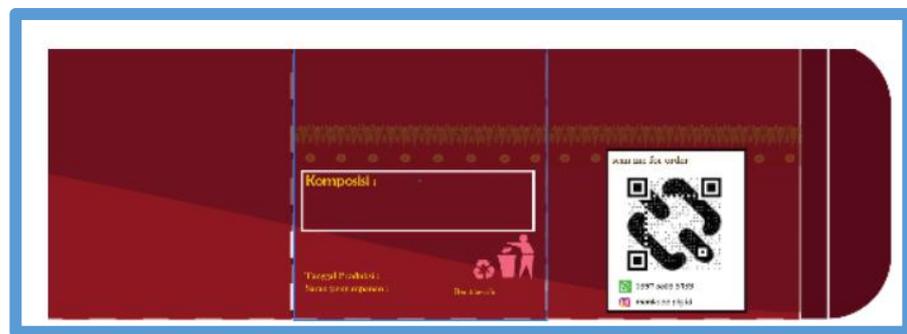
Gambar 1.4 Proses Desain Dan Tata Letak

Nama produk menggunakan font “Lemon Jelly”, yang penulis dapatkan dengan mengunduh format dari website.



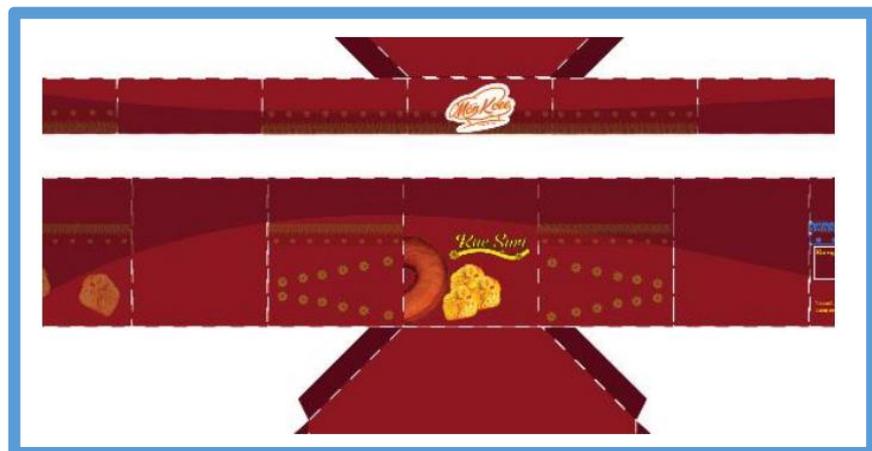
Gambar 1.5 Nama Produk

5. Pada sisi S7 terdapat informasi produk, seperti komposisi atau bahan pembuat makanan tersebut, saran penyimpanan dan tanggal produksi. Dan pada bagian belakang terdapat informasi kontak toko berupa QR code yang penulis peroleh dari website “HeyLink.me”. Agar tampilan tidak terlalu polos, maka dibuat corak songkat dengan dikurangi nilai opacity menjadi 33%.



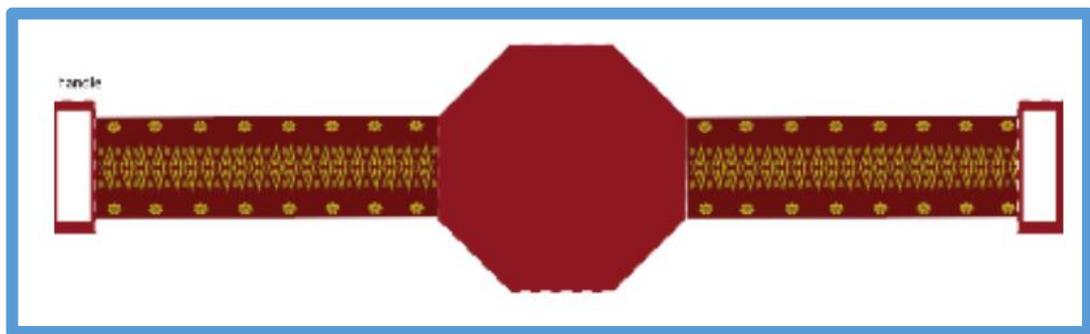
Gambar 1.6 Informasi Produk

6. Bagian sisi yang dibiarkan kosong akan dijadikan jalur untuk sabuk / belt penyangga yang juga akan menjadi pegangan / handle untuk memudahkan konsumen dalam membawa.



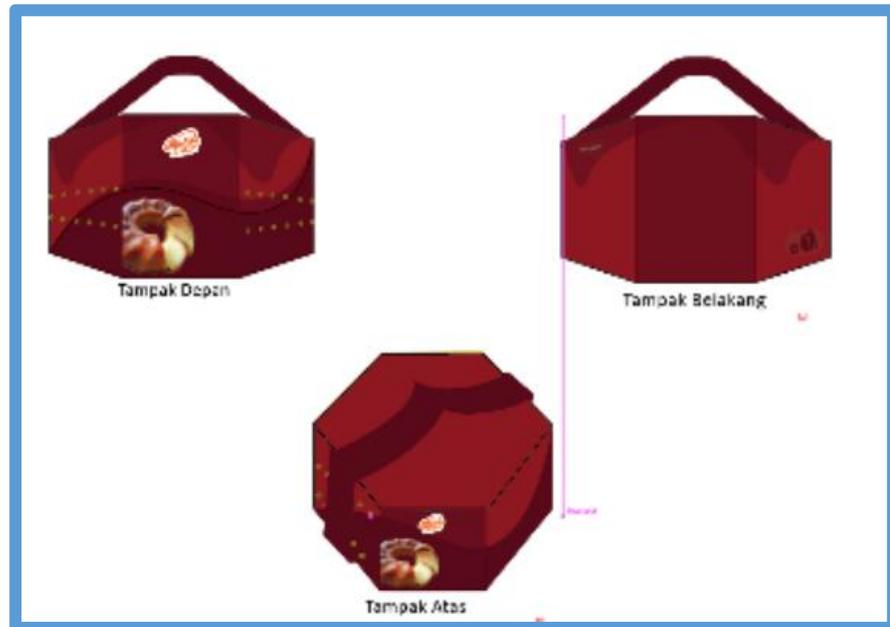
Gambar 1.7 Sisi Kemasan.

7. Membuat desain sabuk / penyangga seperti di Gambar 8, Belt atau sabuk ini dibuat sebagai penyangga dan handle atau pegangan, dimaksudkan agar dapat mempermudah konsumen dalam membawa produk, sehingga tidak memerlukan kantong plastik tambahan. Desain sabuk ini dibuat dengan menambahkan corak songket pada bagian lengannya, dan pada bagian ujung lengan terdapat lubang yang akan digunakan untuk memegang.



Gambar 1.8 Pola Desain Sabuk

8. Referensi / Contoh mock-up seperti di Gambar 9, membuat visualisasi dari kemasan yang dibuat, dimaksudkan agar lebih mudah dalam memperkirakan penampakan kemasan dari berbagai posisi / angle jika kemasan telah selesai dibuat.



Gambar 1.9 Referensi Mock-Up

Source : <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/download/4506/1436/>

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. Menjadikan produk ini menjadi produk yang unggul di kawasan yang lebih besar dan luas seperti supermarket bahkan diluar kota serta bisa membuka lapangan pekerjaan bagi umum.

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 Bagi 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

Penulis menyajikan informasi mengenai materi yang dibahas pada setiap bab.

Aturan penulisan pada laporan tugas akhir ini yaitu :

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 membuat 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 proyek 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.

Rahmad 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.

2.1.4. 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).

2.1.5. 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.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Nama jurnal	Hasil Penelitian
1	Alfin NF Mufreni	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.
2	Yessy Rosalina, Alnopri, Prasetyo	Desain Kemasan Untuk meningkatkan Nilai Tambah Madu Bunga Kopi Sebagai Produk Unggulan Daerah	Jurnal Agroindustr i Vol. 2 No. 1 ISSN: 2088 – 5369.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan kemasan yang 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
3	Erviana, Dedi Sulistyo Soegoto	Analisis pengaruh desain kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembeli produk bedak saripohatji	Jurnal Ilmiah Magister Managemen UNIKOM Vol.03 No.01 ISSN: 2460-089X.	Hasil penelitian menunjukkan variabel desain kemasan dan citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun pada diluar persamaan regresi yang dibangun yaitu sebesar 53,56%.level 5%. Hasil pengaruh tersebut sebesar 46,44% dan sisanya dipengaruhi faktor lain simultan dengan signifikan.

pertama adalah jurnal penelitian Mufreni (2017) dengan judul Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. 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. Alasan penulis memilih penelitian pertama karna desain produk itu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang akan dijual semakin menarik desain produk tersebut maka semakin meningkat juga minat pembeli.

Jurnal kedua adalah jurnal penelitian Rosalina, Alnopri, Prasetyo (2017) dengan judul Disain Kemasan Untuk meningkatkan Nilai Tambah Madu Bunga Kopi Sebagai Produk Unggulan Daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan kemasan yang 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. Alasan penulis memilih penelitian kedua adalah untuk melihat dan memilah bagaimana caranya membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk apa yang akan dijual kepada konsumen.

Jurnal ketiga jurnal penelitian Erviana dan Soegoto (2017) dengan judul Analisis pengaruh desain kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembeli produk bedak saripohatji. Hasil penelitian menunjukkan variabel desain kemasan dan citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun pada diluar persamaan

regresi yang dibangun yaitu sebesar 53,56%.level 5%. Hasil pengaruh tersebut sebesar 46,44% dan sisanya dipengaruhi faktor lain simultan dengan signifikan. Alasan penulis memilih penelitian ketiga adalah untuk melihat citra merk dagang itu sangat penting, semakin terkenal merk tersebut maka penjualan akan semakin meningkat karna konsumen mengetahui bahwa merk tersebut bagus dan sangat di rekomendasikan.

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 ruko yang berada di kota Palembang, tepatnya terletak di Masjid Al amin, Jl Datuk Lrg. H. Moh., 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30134

3.1.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

no	Jenis kegiatan	Tahun 2024																											
		Januari				Februari				Maret				April				mei				Juni				Juli			
		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	2	3	4
1	Pengajuan Judul TA																												
2	Pengumpulan data - wawancara - Studi pustaka - Observasi																												
3	Pembuatan Proposal																												
4	Ujian Proposal																												
5	Pembuatan Laporan TA																												
6	Penentuan masalah dan solusi																												

		Januari				Februari				Maret				April				mei				Juni				Juli							
		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	2	3	4	1	2	3	4
7	Penentuan Hirarki																																
8	Desain tahap pertama																																
9	Pemetaan																																
10	Pembuatan Mockup																																
11	Pameran TA																																
12	Sidang hasil laporan TA																																

3.2 Metode Pengumpulan Data

Pada Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, yaitu sebagai berikut:

3.2.1 Wawancara

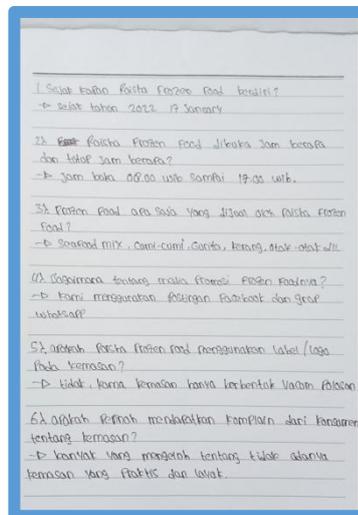
Wawancara menurut Tumbol (2014: 1444) adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak terkait guna memperoleh keterangan tentang hal-hal yang menjadi obyek penelitian dan mengharapkan memperoleh gambaran obyek yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis melakukan wawancara guna mendapatkan data yang relevan. Wawancara sendiri dilakukan terhadap pemilik raisha *frozen food* sehingga dapat ditemukannya

permasalahan yang ada. Berikut adalah hasil gambar wawancara bersama pemilik raisha *frozen food* :



Gambar 3.1 wawancara bersama pemilik raisha *frozen food*



Gambar 3.2 wawancara bersama pemilik raisha *frozen food*

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 pencatatanpencatatan 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 penlitian berlangsung. Berikut ini adalah gambar hasil pengamatan penulis di lapangan.



Gambar 3.3 lokasi raisha *frozen food* saat ini

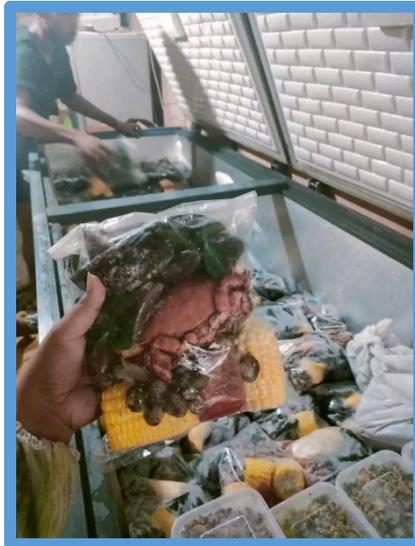
3.3 Tahap Pengerjaan

Dalam pengerjaan Desain Kemasan Raisha *Frozen Food* 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 raisha *frozen food* 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 raisha *frozen food* saat ini.



Gambar 3.4 kemasan raisha *frozen food* saat ini

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 *Seafood Mix* yang nantinya akan diletakan pada bagian depan.

b. Nama perusahaan

Nama perusahaan yang akan dibuat penulis adalah *Raisha Frozen Food*

c. Logo

Penulis menerapkan logo dari perusahaan pada kemasan yang akan di rancang.



Gambar 3.5 Logo *Raisha frozen food* saat ini

d. Ilustrasi (foto/gambar)

Penulis akan menggunakan gambar masakan seafood untuk diterapkan pada kemasan.

e. Slogan

Slogan yang akan digunakan penulis adalah “ *Enjoy Seafood Everywhere* ” penulis akan meletakkan slogan di bagian depan kemasan.

f. Alamat perusahaan

Raisha *frozen food* terletak di sebuah ruko, Jl Datuk Lrg. H. Moh., 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30134.

3. Desain Tahap Pertama

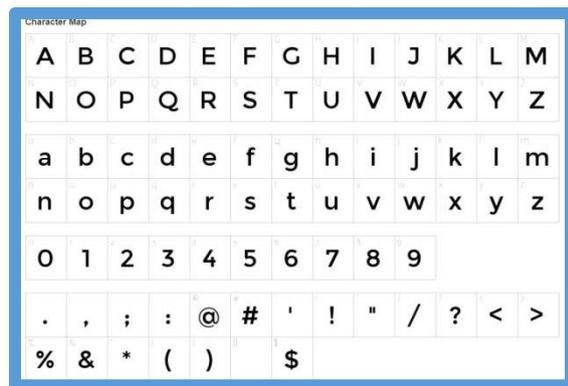
Membuat sketsa thumbnail. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi, dan pemilihan font.

A. Konsep Huruf

Pada pembuatan desain kemasan *seafood raisha frozen food* yang akan dirancang, penulis menggunakan beberapa 2 jenis huruf yaitu Montserrat dan Sura. Penulis menggunakan Montserrat sebagai font utama sedangkan penggunaan font Sura digunakan pada bagian teks keterangan karena tingkat keterbacaan tinggi.

1. Huruf Montserrat

Alasan penulis memilih huruf montserrat adalah huruf yang cocok digunakan pada proyek desain modern karena memiliki bentuk huruf yang bersih, jelas, dan elegan

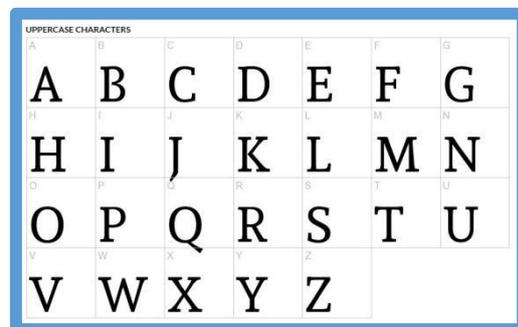


Gambar 3.6 Font montserrat

(Sumber : 1001freefonts.com/montserrat.font)

2. Huruf Sura

Alasan penulis memilih huruf sura adalah jelas digunakan pada bagian teks keterangan karena tingkat keterbacaan tinggi.



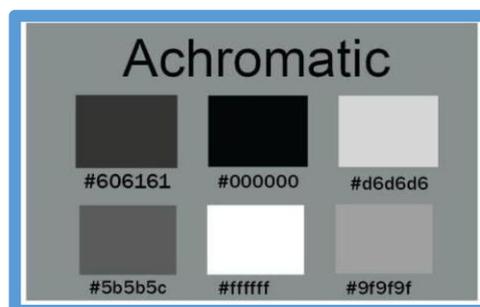
Gambar 3.7 Font sura

(Sumber : urbanfonts.com/fonts/Sura.font)

B. Konsep Warna

Konsep warna yang digunakan penulis untuk mendesain 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 dipadupadankan dengan warna lainnya.



Gambar 3.8 Konsep warna

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 Photoshop.

5. Mengaplikasikan desain pada template kemasan.

Mengaplikasikan desain pada template kemasan. Pada tahap ini penulis mengaplikasikan desain sesuai dengan sketsa yang sudah dibuat, dengan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop.

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 *seafood* raisha *frozen food*.

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 raisha *frozen food* saat ini masih berbahan plastik polos dan identitas dari usaha masih belum ada pada kemasan, maka penulis mendesain kemasan baru pada raisha *frozen food* yang aman dan terlihat menarik di mata konsumen. penulis mendesain kemasan yang sesuai pada kebutuhan.

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 *Seafood mix* yang nantinya akan diletakan pada bagian raisha *frozen food*. Penulis juga meletakkan nama produk *seafood mix* pada bagian depan kemasan menggunakan font montserrat agar dapat terbaca dengan jelas.

4.1.2.2 Nama Perusahaan

Nama perusahaan yang akan dibuat penulis adalah Raisha *Frozen Food* sesuai nama perusahaan yang telah ada.

4.1.2.3 Logo

Penulis menerapkan logo dari perusahaan pada kemasan yang dirancang.

Filosofi kemasan *seafood mix*

1. Arti warna putih dan abu - abu

memberi arti kepolosan dan kemurnian namun dalam dunia kemasan warna putih cenderung digunakan untuk mengangkat kesan bersih dan higienis, sehingga memberi gambaran bahwa produk yang berada dalam kemasan tersebut memiliki makna untuk mengkomunikasikan kesegaran dan kebersihan.

Arti warna abu - abu adalah warna yang memperlihatkan sebuah keseriusan. Tidak hanya itu, warna abu-abu juga memiliki rasa tanggung jawab.

2. *Enjoy seafood everywhere*

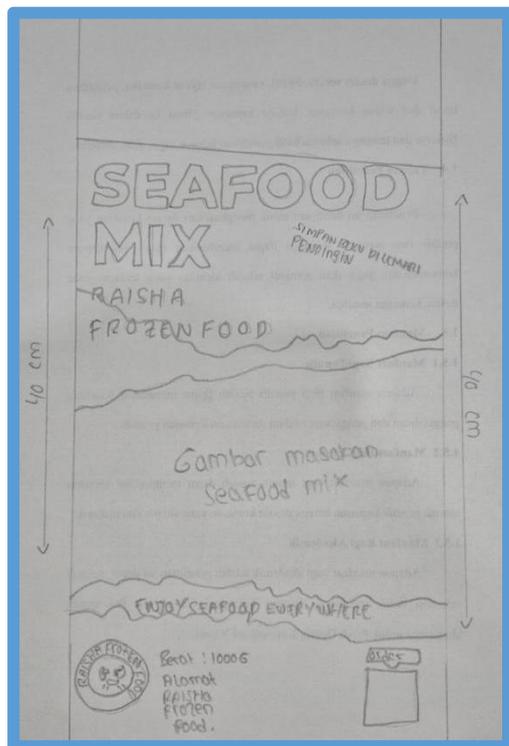
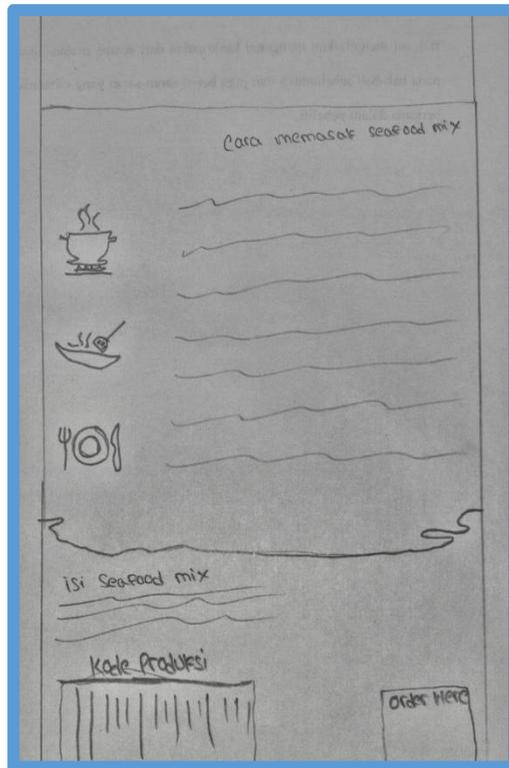
Slogan ini merupakan sebuah kata kata yang memberikan kesan baik dan memiliki makna bahwa disetiap perjalanan dan kunjungan makanan bisa ditemukan dimanapun dan kapanpun.

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

Hasil tahap pertama yang dilakukan melalui konsep yang telah ditentukan maka terdapat beberapa hasil yang telah didapat baik dari pembuatan sketsa dan hasil desain. Adapun hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

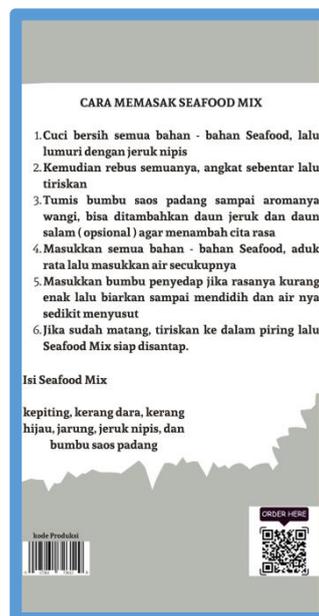


Gambar 4.3 sketsa kasar kemasan bagian depan dan belakang

Kemasan *seafood mix* yang memiliki ukuran 28 cm x 40 cm.

4.1.2.6 Pemetaan

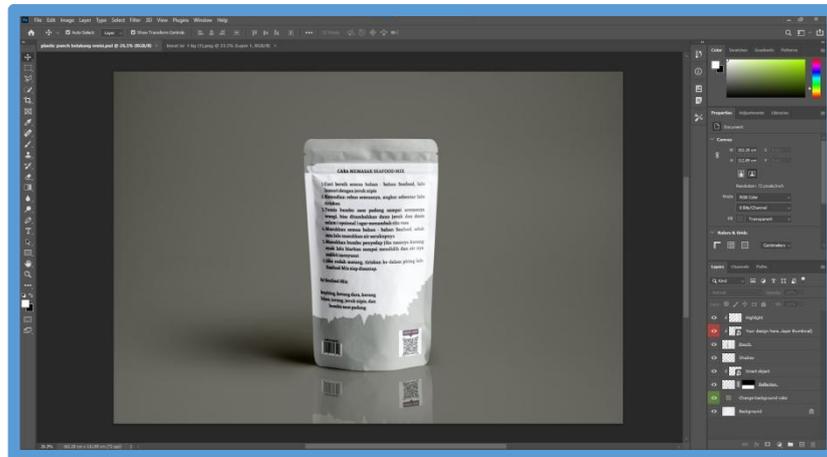
Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih, *Seafood mix* diletakkan diatas tulisan raisha frozen food.



Gambar 4.4 tampak depan dan belakang peletakan desain kemasan

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 Photoshop.



Gambar 4.5 Pengaplikasian Desain Pada Template Kemasan

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 (di setiap 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

hasil dari perancangan projek tugas akhir ini akan ditampilkan dalam bentuk kemasan sebagai karya utama dan beberapa karya pendukung lainnya berupa. **X-Banner, kartu nama dan stiker.**

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 4.3.1 X-banner

4.3.2 Kartu Nama

Apa Itu Kartu Nama? Kartu nama adalah sebuah kertas kecil yang dibuat sesuai ukuran tertentu berisi identitas seseorang atau perusahaan. Identitas yang ada dalam kartu nama biasanya menunjukkan siapa pemilik kartu nama tersebut. Karena itu, kartu nama bisa Anda buat sesuai kebutuhan.



Gambar 4.3.2 Kartu Nama

4.3.3 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 4.3.3 Stiker logo

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah pembuatan perancangan desain kemasan *seafood* ini, maka penulis mendapatkan beberapa kesimpulan:

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

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan Desain Kemasan *seafood* Pada Raisha *frozen food*, Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan agar perancangan 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

3. rancangan, agar desain yang dibuat tidak mendapatkan kesalahan sekecil apapun
4. 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



FORMULIR
SURAT PERSETUJUAN TOPIK & JUDUL LTA

Kode Formulir :
FM-IPCT-BAAK-PSB-043

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kepada Yth.
Ka.Prodi Desain Komunikasi Visual
di tempat.

Palembang, 02 februari 2023

Dengan hormat,
Saya yang Bertanda tangan di bawah ini :

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

No	NPM	Nama	IPK	Semester	Sesi Belajar*	No.HP
1.	061210022	Pendi	3.56	6	Malam	08995271633
2.						
3.						

* Pilih Salah Satu :Pagi/Siang/Malam

Mengajukan LTA dengan topik : Desain grafis kemasan

Dengan melampirkan deskripsi awal penelitian yang terdiri dari :

1. Objek Penelitian
2. Apa yang akan diteliti dari objek
3. Metode Pengembangan/analisis yang digunakan
4. Tujuan / hasil yang diharapkan dari penelitian

Rekomendasi Nama Pembimbing :

Menyetujui,
Wakil Rektor 1,

Adelin, S.T., M.Kom

Mengetahui,
Ka. Prodi

Etha Pratiwi, M.T.

Judul LTA (dalam bahasa Indonesia dan Inggris):

1. Desain kemasan Seafood Raisha Frozen Food
(Raisha Frozen Food Seafood Packaging Design)
2.

Diusulkan judul nomor :

Pemohon,
Mahasiswa 1,

Pendi

Mahasiswa 2,

Mahasiswa 3,

Menyetujui,
Pembimbing

Etha Pratiwi, M.T.

Mengetahui,
Ka. Prodi

Etha Pratiwi, M.T.

Mengesahkan
Wakil Rektor 1

Adelin, S.T., M.Kom

- Diperbanyak 1 kali : Asli diserahkan ke BAAK dan copy diarsip Mahasiswa
- Form ini wajib dikembalikan ke BAAK pada saat pengumpulan berkas untuk pengajuan ujian komarehensif



RAISHA FROZEN FOOD

Jl. Datuk Lrg. H. Moh 24 ilir Palembang
Telpon : 0813 - 2819 - 2232

Palembang, 29 Februari 2024

Perihal : Permohonan Riset

Kepada Yth
Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech

Sehubungan dengan surat Permohonan Permohonan Riset No.
0284/IPCT/R/II/2024 yang diajukan kepada kami oleh mahasiswa bapak/ibu
atas nama :

Nama : PENDI
NPM : 061210022
Jurusan/Program/Studi : D3 Desain Komunikasi Visual

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk
melakukan kegiatan Riset dan kegiatan - kegiatan lain yang berhubungan dengan
kegiatan tersebut.

Demikian surat balasan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Owner Raisha Frozen Food



ARISTA PUTRI YANI

SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PENNI
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang / 19 Desember 2002
Prodi : P3 PKV
NPM : 061210022
Semester : 6
No.Telp/Hp : 0899-5771-631
Alamat : Jl. Putri Rambut Sekeloa no 62

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

Palembang, 19 Juni 2024

Yang menyatakan,


PENNI



FORMULIR
REVISI UJIAN PROPOSAL
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

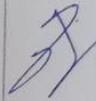
Kode Formulir
FM-PCT-BAAK-PSB-127

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian Proposal LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

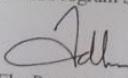
Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Tanggal Pelaksanaan : 28 Maret 2024
Judul Proposal LTA : Desain Kemasan Seafood Raisha Frozen Food

NPM	Nama	Semester
061210022	Pendi	6

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Rapitan penulisan	Ade lh	 4/4
	Latar belakang Ruang lingkup Tujuan	Dini	 09/04/24
		Eko	 4/4

Perubahan Judul LTA :

Palembang, 28 Maret 2024
Ketua Program Studi,


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



FORMULIR
REVISI UJIAN LTA
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir
FM-PCT-BAAK-PSB-055

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

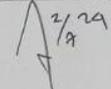
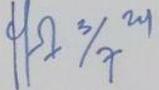
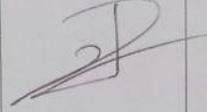
Revisi Ujian LTA
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga
Topik Skripsi : Desain Grafis
Ujian ke- : I (Satu)
Tanggal Pelaksanaan : Senin, 24 Juni 2024

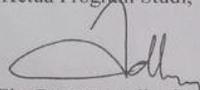
Judul LTA : Desain Kemasan Seafood Raisha Frozen Food

No	NPM	Nama	Semester
1	061210022	Pendi	VI (Enam)

Revisi diselesaikan paling lambat tanggal

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Desain Skripitan	Adela	 2/24
2.	Tata tulis		
	Landasan teori Penjelasan gambar Revisi gambar kemasan (alamat, FB)	Dini HP	 3/24
		Eko S.	

Palembang, 24 Juni 2024
Ketua Program Studi,


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