

## **TUGAS AKHIR**

# **PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN CAMILAN PAWON ARA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND VALUE***

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1)

## **PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



Disusun oleh:

**Kristian Mahardika Suryanto**  
**20052010084**

Pembimbing 1:

**Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.**

Pembimbing 2:

**Widyasari, S.T., M.T.**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**  
**2024/2025**


**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN**  
**CAMILAN PAWON ARA UNTUK MENINGKATKAN BRAND VALUE**

**Disusun oleh:**


**KRISTIAN MAHARDIKA SURYANTO**  
**20052010084**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**  
**Pada tanggal : 19 November 2024**


**Pembimbing 1**

  
**Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn**  
**NIP. 19910728 202203 1004**

**Pembimbing 2**

  
**Widvasari, S.T., M.T**  
**NPT. 182 19890920 075**

**Penguji 1**

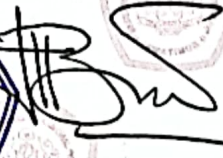

  
**Masnuna, S.T., M.Sn**  
**NIP3K. 19840512 2021 212004**

**Penguji 2**

  
**Aileena S. C. R. E. C., S.T., M.Ds**  
**NIPPPK. 19870119 202421 2024**

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan**  
**untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**

  
  
**Ibnu Sholichin, S.T., M.T**  
**NIPPPK. 19710916 202121 1004**




**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN**  
**CAMILAN PAWON ARA UNTUK MENINGKATKAN BRAND VALUE**

Disusun oleh:

**KRISTIAN MAHARDIKA SURYANTO**  
20052010084


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal : 19 November 2024

Pembimbing 1



**Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.**  
NIP. 19910728 202203 1004

Pembimbing 2



**Widwasari, S.T., M.T**  
NPT. 182 19890920 075

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual**



**Masnuna, S.T., M.Sn.**  
NIP3K. 19840512 2021 212004

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghasilkan berbagai jenis produk, khususnya camilan dalam bentuk keripik. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah penggunaan kemasan sederhana sehingga produk terlihat kurang menarik dan sulit bersaing dengan produk pabrikan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai merek UMKM Pawon Ara melalui redesain kemasan beberapa produk camilan. Redesain kemasan ini diharapkan dapat memenuhi standar pasar, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan minat beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik Pawon Ara, serta wawancara dengan ahli *branding*. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen sehingga produk lebih kompetitif di pasar modern dan memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** Redesain, Kemasan UMKM, Produk Olahan

## ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia produce many types of products, especially snacks in the form of chips. One of the problems often faced by MSMEs is the use of simple packaging, so that the product looks less attractive and has difficulty competing with manufactured products. This study aims to increase the brand value of MSME Pawon Ara through redesigning the packaging of several snack products. This packaging redesign is expected to meet market standards, attract consumers' attention, and increase purchasing interest. The methods used in this study are qualitative and quantitative approaches. Qualitative data collection was carried out through field observations, in-depth interviews with the owner of Pawon Ara, and interviews with branding experts. Meanwhile, quantitative data was obtained by distributing questionnaires to the people of Sidoarjo and its surroundings via social media Instagram and WhatsApp. The results of the study showed that attractive packaging design can increase consumer purchasing interest, so that products are more competitive in the modern market and have the potential to increase sales*

**Keywords:** *Redesign, UMKM Packaging, Processed Products*

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 08 Desember 2024



Kristian Mahardika Suryanto

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Perancangan Redesain Kemasan Produk Olahan Camilan Pawon Ara untuk Meningkatkan *Brand Value* dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan ini merupakan salah satu solusi untuk *brand* Pawon Ara sebagai bentuk pembaharuan terhadap kemasan yang dimiliki oleh Pawon Ara agar dapat membantu produk yang diberikan dapat menembus pasar yang lebih luas. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, kesabaran, dan kekuatan untuk menyelesaikan perancangan ini.
2. Kepada kedua Orang Tua saya yang tidak ada hentinya untuk mendukung serta mendo'akan saya dan membantu dalam hal finansial.
3. Kepada Bapak Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn. sebagai dosen pembimbing pertama yang selalu memberikan banyak waktu, saran dan masukan dalam perancangan ini dan selalu memberi saya dorongan untuk melakukan bimbingan agar cepat selesai. Kepada Ibu Widyasari, S.T., M.T sebagai dosen pembimbing kedua yang memberikan saran dan masukan dalam perancangan ini.
4. Kepada Ibu Yuliani selaku pemilik Pawon Ara yang sekaligus menjadi narasumber utama dan memberikan banyak bantuan dalam perancangan ini.
5. Kepada Mas Fransniko selaku narasumber ahli *branding* yang memberikan banyak informasi seputar *branding* dan kemasan.
6. Kepada seluruh narasumber yang membantu dalam pengumpulan data pada perancangan ini.
7. Kepada seluruh dosen Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmunya kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Kepada teman-teman DKV'20 UPN "Veteran" Jawa Timur yang sama-sama berjuang dalam mengerjakan progres laporan dan saling *support* hingga akhir.
9. Kepada sahabat - sahabat saya yang selalu membantu dan memberikan dukungan untuk dapat menyelesaikan perancangan ini.



10. Kepada Mas Aganda Maulana yang selalu membantu dan memberikan dukungan moral kepada penulis dalam mengerjakan perancangan ini dari awal hingga selesai.
11. Terima kasih kepada diri saya karena telah tetap kuat dan bertahan dan terus berjuang sehingga dapat menyelesaikan perancangan ini.

Dalam proses penulisan Perancangan Redesain Kemasan Produk Olahan Camilan Pawon Ara untuk Meningkatkan *Brand Value* ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa hasil yang disajikan masih jauh dari kata sempurna. Hal ini merupakan cerminan dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis pada saat penyusunan.

Dengan penuh rasa hormat, penulis membuka diri untuk menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Masukan tersebut akan menjadi pijakan penting dalam memperbaiki dan menyempurnakan perancangan ini, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih luas dan hasil yang lebih optimal di masa mendatang.

Surabaya, 08 Desember 2024



Kristian Mahardika Suryanto



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan masalah.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	6
2.1 Definisi Operasional Judul .....	6
2.2.1 Definisi Redesain .....	6
2.2.2 Definisi Kemasan .....	6
2.2.3 Pawon ARA.....	6
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Pengertian Kemasan.....	7
2.2.2 Fungsi Kemasan .....	7
2.2.3 Jenis Kemasan .....	12
2.3 Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	14

2.3.1 Elemen – Elemen Desain Komunikasi Visual .....	14
2.3.2 Prinsip Komposisi Desain .....	18
2.4 Studi Eksisting .....	19
2.4.1 Analisis Data .....	19
2.4.2 Studi Komparator .....	24
<b>BAB III METODOLOGI DESAIN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Metode Perancangan.....	27
3.2 Objek Perancangan .....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.3.1 Data Primer .....	27
3.3.2 Data Sekunder .....	29
3.4 Teknik Analisis Data .....	30
3.4.1 Analisis dan Wawancara .....	30
3.4.2 Analisis Data Observasi .....	33
3.4.3 Analisis Data Kuesioner.....	37
3.4.4 Analisis <i>Consumer Insight</i> .....	44
3.4.5 Analisis <i>Consumer Journey</i> .....	45
3.5 <i>Unique Selling Proposition (USP)</i> .....	46
<b>BAB IV KONSEP DAN IMPELEMANENTASI DESAIN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Perumusan Konsep .....	47
4.1.1 Definisi <i>Keyword</i> .....	48
4.1.2 Konsep Verbal.....	49
4.1.3 Konsep Visual .....	50
4.1.4 Konsep Media .....	53
4.2 Proses Perancangan Desain .....	54
4.2.1 Alternatif Desain Visual Kemasan Primer .....	54
4.2.2 Alternatif Desain Visual Kemasan Sekunder.....	56

4.3 Implementasi Desain .....	57
4.3.1 Media Utama .....	57
4.3.2 Media Pendukung.....	58
4.4 Rancangan Anggaran Proyek .....	61
BAB V PENUTUP .....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Standar Kemasan .....	3
Gambar 2. 1 Kemasan Primer.....	12
Gambar 2. 2 Kemasan Sekunder .....	13
Gambar 2. 3 Kemasan Tersier .....	13
Gambar 2. 4 Desain Kemasan Rengginang Kupang .....	19
Gambar 2. 5 Desain Kemasan Peyek Kupang .....	20
Gambar 2. 6 Desain Kemasan Kerupuk Kupang.....	22
Gambar 2. 7 Desain Logo Pawon Ara .....	23
Gambar 2. 8 Desain Kemasan Twizzpy.....	24
Gambar 2. 9 Desain Kemasan Deka Wafer Roll .....	25
Gambar 3. 1 Wawancara Narasumber .....	30
Gambar 3. 2 Wawancara Dengan Ahli Branding.....	32
Gambar 3. 3 Observasi Di Kediaman Ibu Yuliani .....	33
Gambar 3. 4 Observasi Pasar Modern .....	34
Gambar 3. 5 Observasi Media Sosial Pawon Ara.....	35
Gambar 3. 6 Observasi Media Sosial Twizzpy.....	36
Gambar 3. 7 Diagram Kuesioner .....	37
Gambar 3. 8 Diagram Kuesioner .....	37
Gambar 3. 9 Diagram Kuesioner .....	38
Gambar 3. 10 Diagram Kuesioner .....	38
Gambar 3. 11 Diagram Kuesioner .....	39
Gambar 3. 12 Diagram Kuesioner .....	39
Gambar 3. 13 Diagram Kuesioner .....	40



Gambar 3. 14 Desain Kemasan Pada Kuesioner .....	40
Gambar 3. 15 Diagram Kuesioner .....	41
Gambar 3. 16 Pertanyaan Kuesioner .....	41
Gambar 3. 17 Diagram Kuesioner .....	42
Gambar 3. 18 Pertanyaan Kuesioner .....	42
Gambar 3. 19 Diagram Kuesioner .....	43
Gambar 3. 20 Diagram Kuesioner .....	43
Gambar 4. 1 <i>Keyword</i> .....	47
Gambar 4. 2 Referensi Warna .....	50
Gambar 4. 3 Referensi Warna 2 .....	51
Gambar 4. 4 Referensi Ilustrasi Foto.....	51
Gambar 4. 5 Referensi Kemasan .....	52
Gambar 4. 6 Referensi Kemasan 2 .....	52
Gambar 4. 7 Desain Visual <i>Standing Pouch</i> .....	54
Gambar 4. 8 Desain Visual Terpilih .....	55
Gambar 4. 9 Validasi Desain Kepada Pemilik Pawon Ara .....	55
Gambar 4. 10 Alternatif Desain Visual Kemasan Sekunder <i>Paper Bag</i> .....	56
Gambar 4. 11 Alternatif Desain Visual Kemasan Sekunder <i>Paper Bag</i> Terpilih.....	56
Gambar 4. 12 Validasi Desain Visual Kemasan Sekunder <i>Paper Bag</i> .....	57
Gambar 4. 13 Implementasi Media kemasan <i>Standing Pouch</i> .....	57
Gambar 4. 14 Implementasi Media kemasan <i>Paper Bag</i> .....	58
Gambar 4. 15 Implementasi Media <i>Box Packaging</i> .....	58
Gambar 4. 16 Implementasi Media <i>Box Bundling</i> .....	59
Gambar 4. 17 Implementasi Media <i>X-Banner</i> .....	59
Gambar 4. 18 Implementasi Media Brosur .....	59

Gambar 4. 19 Implementasi Media Poster .....	60
Gambar 4. 20 Implementasi Media Kartu Nama.....	60
Gambar 4. 21 Implementasi Media Sosial <i>Feed Instagram</i> .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis <i>Consumer Journey</i> .....	45
Tabel 4. 1 Rancangan Anggaran Proyek.....	61