



REDESAIN KEMASAN PRODUK TAS DAN DOMPET LIMBAH KAIN PERCA IKM DHITITEEN

Supardianningsih^{1*}, Muhammad Rafiq Ashshiddiq¹, Dwi Riyono¹,
Citrani Eka Lamda Nur¹, Agus Susilo²

¹Teknologi Rekayasa Pengemasan, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

²Klinik Desain Merek Kemasan, Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Aneka, Indonesia
supardianningsih@polimedia.ac.id, rafiq.muhammad0102@gmail.com, citrani@polimedia.ac.id,
rion_rh@yahoo.com

ABSTRAK

Abstrak: Kemasan merupakan bagian penting dari suatu produk yang bertujuan memudahkan, mengidentifikasi, melindungi, serta mempromosikan suatu produk sehingga dapat dipasarkan dengan baik. IKM Dhititeen merupakan sebuah industri kecil menengah yang memproduksi kerajinan tangan kain perca untuk dibuat menjadi tas dan dompet. Kemasan yang digunakan IKM Dhititeen memiliki desain yang sangat sederhana dan minim dalam memberikan informasi. Program Studi Teknologi Rekayasa Pengemasan bersama Klinik Desain Merek dan Kemasan bermaksud melakukan redesign kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen sehingga kemasan lebih informatif dan menarik perhatian konsumen. Untuk memberikan ciri khas, penulis memberikan beberapa karakteristik pada desain kemasan IKM Dhititeen. Penulis juga menambahkan beberapa fitur pada kemasan IKM Dhititeen, seperti kode QR, handle, dan jendela pada kemasan. Penulis menggunakan software Adobe Illustrator untuk desain dan Adobe Dimension untuk membuat 3D *mock-up*. Diharapkan redesign kemasan ini dapat meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci: *Desain, Kemasan, Redesain Kemasan, IKM*

Abstract: *Packaging occupies an important part of a product which aims to accommodate, identify, protect, and promote a product so that it can be marketed properly. IKM Dhititeen is a small and medium industry that produces patchwork handicrafts to be made into bags and wallets. The packaging used by IKM Dhititeen has a very simple design and provides minimal information. The Packaging Engineering Technology Study Program together with the Brand and Packaging Design Clinic intends to redesign the packaging for IKM Dhititeen's patchwork waste bag and wallet products so that the packaging is more informative and attracts the attention of consumers. To provide distinctive characteristics, the author provides several characteristics of the packaging design of IKM Dhititeen. The author also added several features to the IKM Dhititeen packaging, such as a QR code, handle and window on the packaging. The author uses Adobe Illustrator software for design and Adobe Dimension to create 3D mock-ups. It is hoped that this packaging redesign can increase sales and attract consumer attention.*

Keywords: *Design, Packaging, Packaging Redesign, IKM*

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia berlangsung sangat pesat seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen. Situasi persaingan yang ketat mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat memenangkan persaingan (Banurea, Pujiyanto, dan Putri, 2023). Tidak hanya itu, kemasan yang menarik mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk.

Kemasan merupakan elemen penting yang sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Banyaknya informasi dan semakin menarik desain kemasan yang dibuat akan sangat mempengaruhi keputusan akhir konsumen (Hussein et al, 2011). Hal tersebut dapat dilihat dari desain grafis dari kemasan produk yang meliputi: nama merek, warna, tipografi, gambar memiliki persepsi yang cukup tinggi. Selain desain

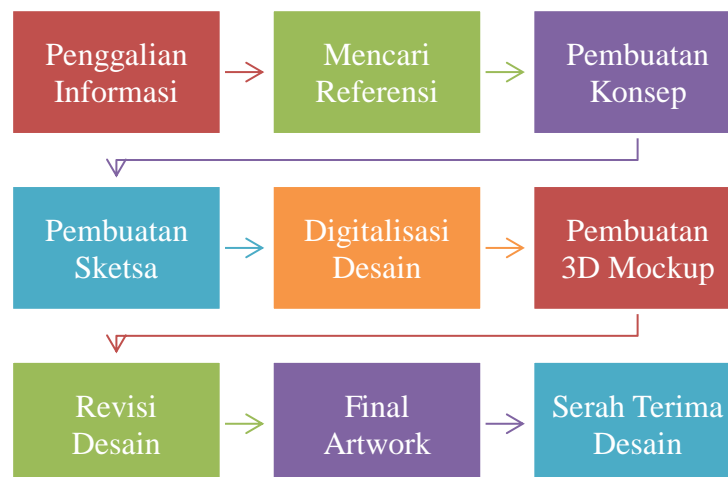
grafis, struktur desain yang meliputi bentuk, ukuran dan material memiliki persepsi yang cukup mempengaruhi terhadap keputusan pembelian (Willy dan Nurjanah, 2019). Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah informasi produk yang komposisi dan informasi mengenai expired dari produk, hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat ini konsumen sudah lebih cerdas dalam pengambilan keputusan.

Dalam melakukan redesain maupun rebranding suatu kemasan, banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Rebranding dapat dilakukan dengan mengubah slogan, logo, nama, warna, dan kemasan (Ali dkk, 2019). Desain kemasan yang estetis lebih menentukan dalam memikat konsumen (Pinandoyo et al, 2022). Proses redesain kemasan telah terbukti memberikan dampak positif bagi IKM. Meski demikian, IKM juga harus memperhatikan rencana pemasaran dan penjualan, serta konsistensi kualitas produk itu sendiri, agar bisa maju (Kusuma dan Hananto, 2023).

IKM Dhititeen merupakan sebuah industri kecil menengah barang jadi untuk keperluan rumah tangga dan industri pakaian dari tekstil. IKM Dhititeen terletak di Jl. Tapaksiring II nomor 45, Desa atau Kelurahan Samaan, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. IKM Dhititeen bergerak pada bidang industri kerajinan tangan kain perca. IKM Dhititeen memanfaatkan kain perca tenun untuk sebuah hasil karya yang cocok dijadikan sebagai oleh-oleh khas Malang.

IKM Dhititeen memiliki desain kemasan yang sangat sederhana dan sangat minim dalam memberikan informasi, sehingga kemasan IKM Dhititeen belum mencerminkan isi dari produk. Kemasan IKM Dhititeen belum mampu mempresentasikan identitas brand atau merek sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Kemasan IKM Dhititeen belum memiliki ciri khas, baik dalam pemilihan bentuk, warna, maupun font. Tujuan dari desain ini adalah untuk mengembangkan visual baru melalui kemasan yang menonjolkan nilainya. Oleh karena itu, kemasannya hendaknya berpenampilan modern, namun tidak menghilangkan ciri khas IKM Dhititeen.

B. METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Diagram Alir Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Praproduksi/Persiapan

Penggalian informasi merupakan tahapan awal dalam melakukan redesain kemasan IKM Dhititeen. Penulis mengumpulkan informasi melalui website e-klinikdesainmerekemas.kemenperin.go.id. Penulis juga menggunakan metode 5W 1H (*What, Why, Who, Where, When, How*) untuk mengumpulkan informasi secara komprehensif tentang kemasan dan produk IKM Dhititeen.

Tahap selanjutnya adalah mencari referensi berdasarkan data yang telah didapat. Penulis mencari referensi memanfaatkan beberapa situs internet seperti Google, Behance, Youpic, Instagram, Pinterest. Penulis mencari referensi untuk mendapatkan gambaran lebih jauh tentang desain kemasan IKM Dhititeen.

Pembuatan konsep ditujukan agar penulis dapat menjadi landasan atas apa saja yang ingin penulis buat. Konsep memuat bentuk kemasan dari IKM Dhititeen, desain grafis, bentuk, ukuran, warna.

2. Produksi/Pelaksanaan

a) Membuat sketsa

Pada tahap pembuatan sketsa penulis membuat sketsa berdasarkan konsep yang sudah penulis tentukan sebelumnya. Sketsa membantu penulis menggambarkan ide-ide dan konsep yang ada.

b) Digitalisasi Desain

Tahap digitalisasi desain merupakan tahap realisasi dari apa yang telah penulis konsepkan dan susun pada tahap sebelumnya dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator.

c) Membuat *Mock-up* 3D Kemasan

Pembuatan *mock-up* ditujukan agar dapat terlihat bentuk asli dari kemasan produk IKM Dhititeen yang telah dirancang dengan menggunakan *software* Adobe Dimension.

3. Pascaproduksi/Evaluasi

a) Revisi Desain

Setelah penulis melakukan melakukan *review* redesain kemasan produk tas dan dompet IKM Dhititeen bersama pembimbing sekaligus pimpinan Klinik Desain Merek dan Kemasan, penulis melakukan revisi desain jika diperlukan.

b) Serah Terima Desain

Serah terima desain dapat dilakukan ketika seluruh rangkaian kegiatan redesain kemasan IKM Dhititeen telah selesai. Penulis mengirimkan file *final artwork* berupa file Adobe Ilustrator, PDF, dan file JPEG

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penggalan Informasi

Penggalan informasi merupakan proses pengumpulan data-data yang berkaitan dengan proses desain kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen. Penggalan informasi dilakukan untuk mempermudah penulis dalam melakukan redesain kemasan. Pada proses pengumpulan data terkait redesain kemasan produk tas dan dompet IKM Dhititeen, penulis mengumpulkan informasi melalui website Kementerian Perindustrian e-klinikdesainmerekemas.kemenperin.go.id. Berikut ini adalah kumpulan informasi yang penulis dapatkan.

Tabel 1. Informasi Produk dan Kemasan Produk

No	Informasi Produk dan Kemasan Produk	Keterangan Produk
1.	Nama Produk	Tas dan Dompet Limbah Kain Perca
2.	Nama Perusahaan/IKM	IKM Dhititeen (Agustin Wijayanti)
3.	Alamat	Jl. Tapak siring No.45 Rt 5 Rw 8 Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur
4.	Kontak Person/telpon	08970303956
5.	Jangkauan pemasaran	Dalam Negeri Offline, Social Media, Whatsapp

6.	Target konsumen	Remaja Wanita
7.	Isi produk	Tas dan Dompot Limbah Kain Perca
8.	Kategori kemasan	Kemasan Transport
9.	Jenis kemasan	Box
10.	Material kemasan	Ivory
11.	Ukuran kemasan	24 x 24 x 7,5
12.	Teknik Cetak Kemasan	Digital
13.	Isi Kemasan	1
14.	Harga Jual Satuan	Rp. 100.000



Gambar 2. Kemasan IKM Dhititeen Sebelum Redesain



Gambar 3. Produk IKM Dhititeen

IKM Dhititeen memproduksi produk *handmade* tas & dompet yang diproduksi dengan memanfaatkan limbah kain perca yang di jahit dengan ukuran yang beragam, antara lain: tas dan dompet limbah kain perca seperti ditunjukkan Gambar 3 dengan kemasan pada Gambar 2. Redesain kemasan bertujuan untuk mengembangkan kemasan IKM Dhititeen sehingga lebih baik, menarik, dan informatif. Target konsumen dari produk ini adalah remaja wanita.

Produk ini akan dijual di dalam negeri melalui penjualan *offline*, media sosial, dan *market place*. Waktu yang dibutuhkan untuk meredesain kemasan yaitu 30 hari. Penulis menambahkan beberapa elemen seperti hasil kerajinan kain perca pada kemasan untuk memberikan ciri khas pada kemasan IKM Dhititeen serta memberikan fitur pada kemasan seperti: kode QR, *handle*, dan jendela pada kemasan.

2. Referensi Konsep Kemasan

Referensi Bentuk dan Jenis Kemasan Untuk material yang digunakan pada kemasan menggunakan kertas ivory (Kusumah, 2021 dan Yuli, 2013). Penulis beranggapan bahwa bentuk dan jenis kemasan seperti ini mampu melindungi kemasan didalamnya dan mampu menyimpan produk didalamnya secara baik. Penulis mencari referensi dengan memanfaatkan beberapa situs internet seperti Google, Behance, Youpic, Instagram, Pinterest.

Adapun referensi gaya grafis yang dipilih adalah dengan konsep gaya grafis minimalis. Gaya grafis minimalis cenderung menggunakan elemen-elemen sederhana, garis bersih, dan warna yang terbatas untuk menimbulkan kesan modern. Penulis menggunakan bentuk geometris dasar, warna yang netral, serta tipografi yang sederhana. Penulis membuat desain sesederhana mungkin dengan tetap menyampaikan pesan atau ide secara jelas.

Penulis mengambil warna kemasan putih dengan tulisan berwarna emas dan hitam. Kemasan dengan warna putih dan tulisan emas atau hitam menjadi pilihan yang elegan

dan mewah. Kombinasi warna ini memberikan tampilan yang kontras dan menarik, yang bisa menarik perhatian pelanggan dan memberikan kesan premium pada produk tersebut. (Mulyanto, 2021).

3. Pembuatan Konsep dan Sketsa

Sketsa adalah pra rancangan yang dibuat untuk mempermudah penulis dalam proses pembuatan bentangan kemasan. Sketsa merupakan uraian ide awal sebelum desain diwujudkan dalam bentuk digital. Pada tahap ini penulis membuat sketsa bentangan sesuai dengan apa yang telah ada pada konsep desain kemasan. Sketsa bentangan dibuat dua bagian yaitu kemasan bagian luar dan kemasan bagian dalam.

Sketsa tampilan kemasan bertujuan untuk membuat gambaran seperti apa nantinya kemasan setelah dicetak dan dibentuk. Penulis membuat sketsa kemasan dibagi dalam 2 bagian, yaitu kemasan bagian luar dan kemasan bagian dalam. Sketsa layout dibuat agar penulis dapat memperkirakan informasi yang akan termuat dan tersusun pada bentangan kemasan.

4. Digitalisasi Desain

Penulis menggunakan software adobe illustrator versi Creative Cloud (CC) 2020 untuk desain kemasan dan adobe dimension versi Creative Cloud (CC) 2020 untuk membuat 3D mock-up kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen. Adobe illustrator Creative Cloud (CC) 2020 merupakan software desain grafis berbasis vector. Penulis menggunakan adobe illustrator sebagai software utama dalam membuat redesain kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen. Banyak unsur-unsur yang dapat dibuat pada software ini seperti pembuatan objek grafis, elemen grafis, bentangan, dan layout kemasan.

Adobe dimension Creative Cloud (CC) 2020 merupakan software tiga dimensi (3D) yang dirancang untuk memudahkan desainer grafis dalam membuat gambar realistis dengan menggabungkan objek 3D dengan foto 2D. Dengan adobe dimension desainer grafis dapat membuat komposisi visual yang menggabungkan objek 3D dengan latar belakang foto atau gambar yang ada. Adobe dimension penulis gunakan untuk membuat mock-up kemasan, dan display kemasan akhir.

5. Pembuatan Bentangan

Pada tahap ini penulis mulai membuat bentangan berdasarkan sketsa yang telah dibuat sebelumnya. Penulis membuat bentangan kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen pada software Adobe Illustrator menggunakan artbord ukuran A1 (59,4 x 84,1 cm) untuk kemasan bagian dalam dan kemasan bagian luar. Ukuran bentangan kemasan bagian dalam sebelum dilipat adalah 70,1 x 36,3 cm. Sedangkan untuk bentangan kemasan bagian luar ukuran sebelum dilipat adalah 60 x 60 cm. Jika sudah dilipat maka ukuran kemasan bagian luar dan bagian dalam menjadi 24 x 24 cm.

Elemen desain pada kemasan IKM Dhititeen berupa foto contoh kerajinan dari kain perca dimasukkan ke dalam desain supaya kemasan dapat memberikan identitas produk di dalamnya.

Selanjutnya pada tahap layouting penulis menyusun seluruh elemen desain dan mengkomposisikan warna agar mendapat tampilan yang harmonis dan seimbang. Penyusunan teks dan informasi yang ada pada kemasan juga dilakukan sesuai dengan sketsa layout agar terlihat seimbang dan mempermudah dalam penyampaian informasi kepada konsumen.

Setelah melalui tahap pembuatan elemen desain dan layouting, kemudian penulis membuat desain akhir kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen. Berikut merupakan tampilan desain akhir.



Gambar 4. Desain Akhir 1 Bagian Luar



Gambar 5. Desain Akhir 2 Bagian Luar

6. Pembuatan Mock-up 3D Kemasan
Desain yang sudah ready selanjutnya dicetak dan dibuat mock up kemasan 3D seperti ditunjukkan gambar berikut.



Gambar 6. 3D *Mock-up* Sisi Depan Desain 1



Gambar 7. 3D *Mock-up* Sisi Samping Kanan Desain 1



Gambar 8. 3D *Mock-up* Sisi Belakang Desain 1



Gambar 9. 3D *Mock-up* Sisi Samping Kiri Desain 1



Gambar 10. 3D *Mock-up* Sisi Depan Desain 2



Gambar 11. 3D *Mock-up* Sisi Samping Kanan Desain 2



Gambar 12. 3D *Mock-up* Sisi Belakang Desain 2



Gambar 13. 3D *Mock-up* Sisi Samping Kiri Desain 2

7. Pembahasan Ciri Khas UKM Dhiteen Pada Desain Kemasan

a) Nama Dagang/Merk

Pada nama dagang atau merek, penulis memberikan warna emas dan warna hitam pada logo. Warna emas dan hitam memberikan kesan elegan dan mewah. Logo berwarna emas akan memiliki nuansa yang mewah, elegan, dan eksklusif. Logo berwarna hitam memiliki nuansa yang elegan dan modern. Logo berwarna hitam sering digunakan karena kesederhanaan, logo berwarna hitam mencerminkan kesan keseriusan, keanggunan, dan kebersihan. (Wibowo, 2021, dan Willy dan Nurjannah, 2019)



(a) (b)
Gambar 14. Nama Dagang IKM Dhititeen (a.) Emas; (b) Hitam

b) Elemen Desain

Pattern atau pola foto contoh hasil kerajinan kain perca bertujuan untuk menghasilkan kemasan yang lebih menarik bagi calon pembeli. Pattern atau pola foto hasil kerajinan kain perca pada kemasan dapat membuat konsumen tertarik untuk memeriksa lebih lanjut isi dari kemasan. Pattern atau pola foto hasil kerajinan kain perca pada kemasan dapat menjadi bagian dari identitas merek dan membantu memperkuat citra merek di mata konsumen. Pattern atau pola foto hasil kerajinan kain perca pada kemasan dapat membantu kemasan produk membedakan diri dari produk pesaing.

c) Warna Elemen Desain

Untuk memunculkan dan memperkuat identitas IKM Dhititeen pada kemasan, penulis tidak hanya bergantung pada logo merek dan elemen desain yang telah dibuat, namun pemilihan warna juga termasuk pada penerapan grafis sebagai identitas. Warna memiliki penggunaan yang luas dengan beragam pesan, makna, nilai, serta arti pada penerapannya. Oleh karena itu penggunaan warna pada kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen dapat menjadi identitas tersendiri.

1) Warna Putih (CMYK 0%, 0%, 0%, 0%)

Warna putih adalah warna yang bersih, polos, dan menyampaikan kesan kesederhanaan yang elegan. Pada kemasan fashion wanita, warna putih menciptakan tampilan yang murni, modern, dan menarik perhatian. Warna ini memberikan kesan yang segar dan terang, mencerminkan keindahan yang sederhana dan minimalis.

Kemasan dengan warna putih memberikan kesan yang netral, sehingga memungkinkan desain produk atau logo menjadi sorotan utama pada kemasan. Warna putih memiliki keunggulan dalam menciptakan kontras dengan elemen lain dalam desain kemasan. Warna putih cocok dikombinasikan dengan emas untuk memberikan sentuhan mewah.

Warna putih adalah pilihan yang elegan dan serbaguna untuk kemasan fashion wanita. Dengan kemampuan untuk menciptakan tampilan bersih, modern, dan menarik perhatian, warna putih dapat memberikan kesan yang segar dan murni kepada konsumen yang ingin merasakan kesederhanaan dan keindahan produk fashion IKM Dhititeen.

2) Warna Emas (17%, 28%, 86%, 5%)

Warna emas mencerminkan kemewahan, kekayaan, dan keanggunan. Warna emas sering digunakan untuk menambah sentuhan elegan dan eksklusif pada produk. Nuansa kuning keemasan yang memancarkan kilauan yang indah dan bersinar, warna ini memberikan kesan yang berkelas dan mewah.

Saat digunakan sebagai elemen desain pada kemasan, warna emas memberikan efek visual yang mengundang perhatian serta memberikan sentuhan glamour. Kombinasi warna emas dan putih memberikan kesan yang bersih dan mewah. Warna emas adalah pilihan yang populer dan efektif untuk kemasan fashion.

3) Warna Hitam (0%, 0%, 0%, 100%)

Warna hitam adalah warna yang klasik, elegan, dan sebagian. Warna hitam digunakan untuk menciptakan tampilan yang anggun, misterius, dan berkelas. Warna hitam adalah warna yang penuh dengan kedalaman dan kekuatan. Warna hitam memiliki daya tarik yang kuat dan memberikan kesan elegan pada kemasan.

Warna Hitam memberikan sentuhan kemewahan dan ketenangan yang berkesan. Warna hitam memiliki kemampuan untuk menonjolkan detail-detail desain pada kemasan. Dalam kontras yang tajam dengan warna hitam yang gelap, elemen-elemen desain seperti logo, tulisan, atau gambar dapat menjadi lebih menonjol dan terlihat lebih tajam.

Warna hitam adalah pilihan yang serbaguna dan efektif untuk kemasan fashion wanita. Dengan kemampuannya untuk menciptakan tampilan yang elegan, misterius, dan berkelas, warna hitam memberikan kesan yang mendalam dan menarik bagi konsumen yang ingin merasakan pengalaman yang istimewa.

8. Fitur Pada Kemasan Produk IKM Dhititeen

a) Kode QR

Kode QR merupakan suatu bentuk evaluasi dari barcode yang terdapat pada sebuah produk maupun kemasan. Kode QR biasanya berbentuk persegi dan berbentuk seperti barcode tetapi dengan tampilan lebih ringkas. Kode QR dapat memuat berbagai macam sumber informasi di dalamnya seperti informasi produk dan informasi penjualan.

Kode QR dapat diletakan diberbagai produk atau kemasan untuk menunjukkan informasi tambahan dari produk tersebut. Penggunaan kode QR pada kemasan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses informasi kontak penjualan dari IKM Dhititeen. Konsumen hanya perlu menggunakan smartphone untuk mengaksesnya.



Gambar 15. Kode QR IKM Dhititeen

b) Handle

Handle pada kemasan merupakan fitur yang dirancang untuk memudahkan konsumen dalam mengangkat atau membawa kemasan. Handle pada kemasan dapat membuat konsumen membawa kemasan dengan lebih mudah dan nyaman. Handle pada kemasan dapat mengurangi resiko jatuh pada saat konsumen mengangkat dan membawa kemasan.

Tujuan dari penggunaan handle pada kemasan untuk memudahkan konsumen dalam mengangkat atau membawa kemasan, mengurangi risiko cedera atau kelelahan, dan meningkatkan kenyamanan konsumen. Handle yang baik harus kuat, ergonomis, dan dapat menahan beban kemasan dengan aman.

Ada beberapa jenis handle yang umum digunakan pada kemasan, handle terpisah dan handle dalam. Kemasan IKM Dhititeen menggunakan handle

terpisah. Handle terpisah adalah handle yang terbuat dari bahan terpisah. Handle ini biasanya dipasang atau diikat pada kemasan dengan tujuan memudahkan pengguna dalam mengangkatnya.

c) Jendela Kemasan

Jendela kemasan merupakan area transparan yang ada pada kemasan produk. Jendela kemasan memungkinkan konsumen melihat produk di dalamnya tanpa membuka kemasan. Tujuan dari jendela kemasan untuk memungkinkan konsumen melihat produk secara langsung sebelum membeli produk. Jendela kemasan terbuat dari berbagai bahan transparan.

Keberadaan jendela kemasan dapat memberikan informasi tambahan tentang produk, seperti warna, tekstur, atau bentuk. Jendela kemasan sangat bermanfaat untuk produk yang memiliki variasi-variasi visual yang penting bagi konsumen seperti produk dari IKM Dhititeen yang sangat beragam.

Jendela kemasan digunakan untuk mempresentasikan produk untuk menarik minat konsumen. Penggunaan jendela kemasan memberikan visual langsung tentang isi produk di dalam kemasan. Penggunaan jendela pada kemasan dapat menjadi pilihan cerdas karena dapat meningkatkan daya tarik, transparansi, dan memberikan informasi tambahan kepada konsumen.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Telah dilakukan redesain kemasan produk tas dan dompet limbah kain perca IKM Dhititeen. Penulis membuat desain kemasan yang minimalis tetapi informatif. Desain kemasan sebelumnya sangat minim dalam memberikan informasi. Penulis memberikan karakteristik pada desain kemasan IKM Dhititeen yang baru, sehingga kemasan memiliki ciri khas dan mampu merepresentasikan identitas brandnya. Penulis juga menambahkan beberapa fitur pada kemasan seperti kode QR, Handle, dan jendela kemasan sesuai dengan permintaan dari pemilik IKM Dhititeen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada klinikdesainmerekemas.kemenperin yang telah bekerjasama dengan Prodi Teknologi Rekayasa Pengemasan, Politeknik Negeri Media Kreatif dalam membina IKM dalam bidang pengemasan.

DAFTAR RUJUKAN

- Basit Ali et al., "Investigating the Impact of Corporate Rebranding on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from the Beverage Industry," *International Journal of Advanced and Applied Sciences* 6, no. 4 (2019): 110–22.
- Angelina, D. K. (2017). *Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream*. Universitas Brawiaya Malang, Fakultas Ilmu Administrasi.
- Banurea, B. & Pujiyanto, T., dan Putri, S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Colenak Murdi Putra Menggunakan Metode Design Thinking. *JURNAL TEKNIK INDUSTRI*. 13. 54-61. 10.25105/jti.v13i1.17514.
- Boz, Ziyne & Korhonen, Virpi & Sand, Claire. (2020). March 2020- Consumer Considerations for the Implementation of Sustainable Packaging: A Review. *Sustainability*. 12. 2192. 10.3390/su12062192.
- Budiarto, H., Riyanto, D.Y., dkk (2016). *Pengaruh Fungsi, Ukuran, Dan Bentuk Jendela Kemasan Serta Model, Lipatan Kemasan Terhadap Perilaku Pembelian*, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

- Christy, P. (2014). *Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) pada Impulsive Buying*. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Dhameria, V. (2014). *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondisivitas, Stone Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implusif*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 13[1]:1-44
- Hussain, S., Ali, S., Ibrahim, M., Noreen, A., dan Ahmad, S.F. (2015), "Impact of Product Packaging on Consumer Perception and Purchase Intention," *Journal of Marketing and Consumer Research* Vol. 10 pp: 1–10.
- Kusumah, N. S. (2021). *Merancang Desain Kemasan Merchandise Menggunakan Bahan Corrugated Sebagai Media Promosi PT. Solo Murni Epte*. Tidak diterbitkan, Politeknik Negeri Media Kreatif.
- Kusuma, S., & Hananto, B. A., (2023). Traditional Food Packaging Redesign to Expand Target Market Onde-Onde Gandoem Njonja Moeda in BEDA'KAN 11. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*. 2. 61. 10.37312/imatype.v2i1.5919.
- Pinandoyo, D.B., Masnar, A., dan Supardianningsih. Food Packaging Rebranding Assistance for Vegetable Products of OkeFarm Neglasari Women Farmer Group. (2022). *ENGAGEMENT. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* Volume 06, Number 01, May, 2022, pp. 173 - 186
- Mulyanto. R. A. (2021). *Rancang Kemasan Merchandise Untuk New Employee Di PT Astra Credit Companies*, Tidak diterbitkan, Politeknik Negeri Media Kreatif.
- Wibowo, G. P. (2021). *Rancang Kemasan Jahe Instan UMKM Mekar Harum Sebagai Identitas Kota Bontang Kalimantan Timur*, Tidak diterbitkan, Politeknik Negeri Media Kreatif.
- Willy dan Nurjanah, S., (2019) Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 9, issue 2 Juni, 2019, Page 65-74
- Yuli, S. (2013). *Kemasan Primer, Sekunder dan Tersier*. Universitas Negeri Malang, Fakultas Teknik, Jurusan Teknologi Industri.