PLAGIARISM CHECK.ORG

13%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 JUL 2025, 3:26 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 1.96%

CHANGED TEXT 11.03%

QUOTES 0.09%

Report #27550153

1 2 PERANCANGAN DESAIN KEMASAN EDISI SPESIAL BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA YOGYAKARTA TUGAS AKHIR Rafif Muafa 2021061005 PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2025 1 2 PERANCANGAN DESAIN KEMASAN EDISI SPESIAL BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA YOGYAKARTA TUGAS AKHIR Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya Rafif Muafa 2021061005 PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2024 3 PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR PERANCANGAN VISUAL KEMASAN BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARI BUDAYA YOGYAKARTA Nama : Rafif Muafa NIM : 2021061005 Program Studi : Desain Komunikasi Visual Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna memperoleh gelar Sarjana Desain Strata Satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya. Tangerang Selatan, 07 Juni 2025 Menyetujui: Pembimbing (Achmad Nur Kholis, S Sn., M.Sn.) NIP: 08.0125 007 Kepala Program Studi (Retno Purwanti Murdaningsih, S 1 2 Sn., M.Ds.) i NIP: 08.0714 1 2 011 ii LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN EDISI SPESIAL BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA YOGYAKARTA TUGAS AKHIR Oleh: Rafif Muafa 2021061005 Telah dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Pada Hari/ Tanggal: Senin, 07 Juli 2025 Tanda Tangan Tanggal Pembimbing 1: Achmad Nur Kholis, S Sn., M.Sn NIP. 08.0125 007 Dosen Penguji: Afusa Nidya Kina si h, S.Sn., M.Sn NIP. 08.0225.010 Ratno Suprapto, S.Sn., M.Ds. NIP. 08.0714.010 iii Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Dekan Fakultas Teknologi dan Desain Retno Purwanti Murdaningsih, S.Sn., M.Ds. Danto Sukmajati, S 2 T.,M.Sc., Ph.D. NIP: 08.0714 2 011 NIP: 08.1022 1 2 024 Tanggal: Kamis, 17 Juli 2025 Tanggal: Kamis, 17 Juli 2025 SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORISINALITAS TUGAS AKHIR, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA Saya mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya yang bertanda tangan di bawah ini: Nama : Rafif Muafa NIM : 2021061005 Program Studi : Desain Komunikasi Visual Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil Tugas Akhir saya yang berjudul: PERANCANGAN VISUAL KEMASAN BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARI BUDAYA YOGYAKARTA 1. 1 2 Adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. 1 2 56 Apabila di kemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan atau pencabutan gelar Sarjana saya yang peroleh. 1 2 2. Adalah benar karya saya dengan arahan Tim pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apa pun kepada Perguruan Tinggi mana pun. 1 2 51 Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Tugas Akhir ini. 1 2 Dengan ini saya melimpahkan Hak Cipta dari Tugas Akhir saya kepada Universitas Pembangunan Jaya dan memberikan hak pada Universitas Pembangunan Jaya untuk Mempublikasikan Skripsi atau Tugas Akhir saya baik secara daring (online) ataupun cetak. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. 1 2 Tangerang Selatan,.

. Peneliti: Nama: Rafif muafa NIM : 2021061005 iv KATA PENGANTAR Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat. limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas Akhir. dengan judul "PERANCANGAN VISUAL KEMASAN BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARI BUDAYA YOGYAKARTA ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Desain Strata Satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan. Tugas Akhir ini dibuat dengan berbagai observasi dan beberapa bantuan dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan tantangan dan hambatan selama mengerjakan Tugas. Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi atau Tugas Akhir ini, yaitu kepada: 1) Bapak Danto Sukmajati, ST, M.Sc., Ph D selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Desain. 2) Ibu Retno Purwanti Murdaningsih, S Sn., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual. 3) Bapak Achmad Nur Kholis, S Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan Akademik yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis. 4) Bapak Ratno Suprapto, S Sn., M.Ds. selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual. 5) Kedua Orang Tua saya yang sudah memberikan dukungan dan doa sebagai dorongan serta motivasi untuk saya agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. 6) Savira Nurul Husnia sebagai partner peneliti yang sudah menemani dan mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir. 7) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu. v Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat dan kamu harapkan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini. Penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat

bagi semua pihak yang membacanya. 1 Tangerang Selatan, Juni 2024 Penulis vi ABSTRAK PERANCANGAN DESAIN KEMASAN EDISI SPESIAL BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA YOGYAKARTA Rafif Muafa. 1) , Achmad Nur Kholis, S Sn., M.Sn. 2) 1) Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya 2) Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya Indonesia merupakan negara yang kaya dengan keberagaman, terutama dalam hal budaya dan kuliner. Keberagaman budaya menjadi salah satu aset yang tidak ternilai, termasuk kuliner khas daerah yaitu Yogyakarta. Bakpia sebagai salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta, telah lama dikenal dengan cita rasanya dan proses pembuatannya yang diwariskan secara turun-temurun. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan Bakpia Pathok 25 yang tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga mampu memperkenalkan budaya Yogyakarta kepada konsumen. 8 22 23 32 35 37 41 46 49 81 Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur dan analisis visual. Inovasi ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan konsumen kepada budaya Yogyakarta. khususnya di kalangan konsumen muda agar lebih mengenal budaya Indonesia salah satunya budaya Yogyakarta. Kata kunci: Kuliner, Yogyakarta, Bakpia, Desain Kemasan. Pustaka : Tahun publikasi : 2025 vii ABTRACT PERANCANGAN DESAIN KEMASAN EDISI SPESIAL BAKPIA PATHOK 25 SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA YOGYAKARTA Rafif Muafa. 1) , Achmad Nur Kholis, S.Sn., M.Sn. 2) 1) Student of Visual Communication Design, Universitas Pembangunan Jaya 2) Lecturer of Visual Communication Design, Universitas Pembangunan Jaya Indonesia is a country rich in diversity, especially in terms of culture and cuisine. Cultural diversity is an invaluable asset, including the culinary specialties of Yogyakarta. Bakpia as one of Yogyakarta's typical souvenirs, has long been known for its taste and manufacturing process that has been passed down from generation to generation. This research aims to design a

packaging for Bakpia Pathok 25 that not only protects the product, but is also able to introduce Yogyakarta culture to consumers. The research method used is descriptive qualitative with a literature study approach and visual analysis. This innovation is expected to be able to increase consumer knowledge of Yogyakarta culture, especially among young consumers to be more familiar with Indonesian culture, one of which is Yogyakarta culture. Key words: Culinary, Yogyakarta, Bakpia, Packaging Design References : Publication Years : viii DAFTAR ISI PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR..... i LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR. ..... ii SURAT PERNYATAAN. ..... .iii KATA PENGANTAR. ..... .iv ABSTRAK. ..... .v ABTRACT ..... .vi DAFTAR ISI. ..... .vii DAFTAR GAMBAR. ..... .x DAFTAR TABEL. ..... .xii DAFTAR LAMPIRAN. ..... .xiii BAB I PENDAHULUAN. ..... .1 1.1 Latar Belakang. ..... 1 1.2 Identifikasi Masalah. 3 1.3

Rumusan Masalah. 24
27 32 36 40 45 48 52 58 64 68 70 72 78 86 3 1.4 Tujuan Penelitian.
..... 24 27 32 36 40 45 48
58 64 68 70 72 86 107 4 1.5 Manfaat Penelitian.
..... 24 36 40 48 52 70 107
4 1.5 40 52 107 1 Manfaat Teoritis.
..... 40 52 107 .4 1.5
2 Bagi Universitas.....
.4 1.5.3 Bagi
Peneliti.....4 1.6
Sistematika Penulisan.....5 BAB
II.....TINJAUAN UMUM 7
2.1 Tinjauan Pustaka.....
.7 2.2 Tinjauan
Teori.....10 2.3 Teori
Utama.....10 2.3
92 1 Teori Kemasan. .....
92 10 2.4 Teori Pendukung.
..... 92 12 2.4 1
Warna..... .12
ix 2.4.2
Illustrasi.....14
2.4.3 Tipografi.....
.15 2.5 Kerangka
Berpikir.....18 BAB
III.....METODOLOGI DESAIN/PERANCANGAN 19 3.1 Sistematika
Perancangan..... .19 3.2 Metode
Pencarian Data..... .20 3.2.1
Studi Literatur.....20
3.2.2
Observasi.....21

3.2.3 Wawancara.....
42 .21 3.3 Analisis Data.
..... 42 22 3.3
1 Hasil
Data.....23 3.4
Kesimpulan Hasil Analisis.....28 3.5
Pemecahan Masalah..... .29 BAB
IV.....STRATEGI KREATIF 30
4.1 Strategi Komunikasi.....
34 .30 4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning. 32 4.3
Analisis SWOT.....34
4.4 Analisa Model 5W+1H.....37
4.5 Strategi Perencanaan Media..... .39
4.5.1 Tujuan
Media.....39 4.5.2
Strategi Media.....39 4.6
Moodboard.....40
4.7 Konsep Kreatif & Gaya Desain..... .41
4.8 Konsep Visual (AISAS).....42
4.8.1 Konsep Visual.....
.44 4.8.2 Tahapan Perancangan.....
.47 4.8.3 Bentuk
Kemasan.....47 4.8.4 Visual
Pendukung.....55 4.9 Konsep
Verbal.....57 x 4.9.1
Tagline/Slogan.....58
4.9.2 Headline, Sub headline dan Bodycopy..... .58
4.9.3 Tipografi/Jenis Huruf.....59
4.10 Konsep Perancangan (Layout & Komposisi).....60 4.11
Penerapan Desain (Final Artwork)..... .63 BAB
VPENUTUP..... 8 9 23 24 32

36 40 45 48 52 64 65 112 .69 5.1 Kesimpulan.
..... 8 9 23 24 32
36 40 45 48 52 64 65 72 91 112 .69 5.2 Saran.
..... 9
23 24 32 36 45 52 64 65 72 91 112 113 69 DAFTAR PUSTAKA.
..... 36 91 113 .71 xi
DAFTAR GAMBAR Gambar 2. 1 Pembuatan
Bakpia.....8 Gambar 2. 2
Kemasan Bakpia Kenes.....9 Gambar 2.
3 Jenis-Jenis Kemasan.....11 Gambar
2. 4 Colorwheel.....13
Gambar 2. 5 Perkembangan dan Evolusi Kreativitas Visual.....15
Gambar 2. 6
Typography.....16 Gambar
2. 7 Kerangka Berpikir..... .18
Gambar 3. 1 Toko Bakpia Pathok 25..... 82 25
Gambar 3. 82 2 Toko bakpia Kurnia Sari. .....
82 26 Gambar 3. 3 Bakpia Satu
Hati.....27 Gambar 3. 4
Dokumentasi Wawancara Oleh Menager Bakpia Pathok 25.....
.....28 Gambar 4. 1 Kemasan
Bakpia Premium Spesial Edisi.....30 Gambar 4. 2 Kemasan
Bakpia Pathok 25 Spesial Edisi.....31 Gambar 4. 3
mmoodboard.....40 Gambar 4.
4 Bagian Depan Kemasan.....41 Gambar 4.
5 Kemasan Bakpia Pathok Edisi Tarian dan Tradisi Skaten.....
.....44 Gambar 4. 6Palet
Warna illustrasi..... .45 Gambar 4.
7 Logo Bakpia Premium Spesial Edition.....45 Gambar 4.
8 Kemasan Bagian Balik Kemasan..... 23 46 Gambar 4. 9
Kemasan Primer. ..... 23 .48

Gambar 4. 10 Informasi Bagian Kemasan.....49
Gambar 4. 11 Kemasan Primer dan Sekunder.....50
Gambar 4. 12 Illustrasi Bagian Pelindung Kemasan Primer.....51
Gambar 4. 13 Illustrasi Kertas
Daluang.....52 Gambar 4. 14 Struktur
Kemasan Bagian Dalam kemasan Sekunder Bagian
Atas..... .52 Gambar
4. 15 Struktur Bagian Dalam Kemsan Sekunder Bagian Bawah.....
.....53 Gambar 4. 16
Bagian Luar Kemasan Sekunder Bagian Bawah. 53 Gambar 4. 17
Bagian Luar Kemasan Sekunder Bagian Atas.....54 Gambar 4. 18
Illustrasi Layerey Paper Craft Art.....54 Gambar 4.
19 Kemasan Tersier.....55 xii
Gambar 4. 20 Illustrasi Line
Art.....56 Gambar 4. 21 Konsep
Layered Papercraft art.....60 Gambar 4. 22
Kemasan..... .61 Gambar
4. 23 Jari Jari kemasan..... .62
Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten.....63
Gambar 4. 25Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten.....
.....64 Gambar 4.
26Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten.....
.....65 Gambar 4. 27Gambar 4.
24 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta.....
.....66 Gambar 4. 29 Foto Produk Kemasan
Tarian Yogyakarta.....67 Gambar 4. 28 Foto Produk Kemasan
Tarian Yogyakarta.....67 Gambar 4. 30 Illustrasi Kemasan Spesial
Edition Bakpia Pathok 25.....
.....68 Gambar 4. 31 illustrasi Kemasan
Spesial Edition Bakpia Pathok 25.....
..... 42 68 xiii DAFTAR TABEL Tabel 1. 1

Studi Literatur.....Error! Bookmark not defined. xiv DAFTAR LAMPIRAN xv BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kota Yogyakarta memiliki beragam kuliner tradisional yang menjadi bagian dari identitas budaya salah satunya adalah bakpia. Kuliner tradisional merupakan warisan turun-temurun yang mencerminkan kearifan lokal serta menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya masyarakat setempat (Mau et al., 2024). Kuliner tradisional umumnya dibuat dengan bahan-bahan lokal yang mudah didapat dan diolah menggunakan teknik tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Selain berfungsi sebagai makanan sehari-hari, kuliner tradisional juga memiliki peran penting dalam sektor pariwisata, menjadi daya tarik bagi wisatawan, serta simbol kebanggaan daerah (Mau et al., 2024). Bakpia telah menjadi salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta yang terkenal, menunjukkan adanya sejarah akulturasi budaya antara masyarakat lokal dan etnis Tionghoa. 14 Dalam dialek Hokkien, yang merupakan salah satu dialek dari bahasa Mandarin dan umum digunakan oleh masyarakat Tionghoa di Indonesia, kata “bakpia” memiliki makna tersendiri. Kata “bak” merujuk pada daging, terutama daging babi, karena kuline r Tionghoa memang kerap menggunakan daging babi sebagai bahan utama. Sementara itu, “pia” merujuk pada kudapan berbahan dasa r tepung, berbentuk bulat agak pipih, yang biasanya dimasak dengan cara dipanggang atau dikukus (Noviopy et al., 2024). 33 99 Secara sederhana bakpia dapat diartikan sebagai kue pia yang berisi daging babi. 33 Pada awalnya, bakpia dibuat dengan isian daging babi. 33 63 Namun, ketika makanan ini 1 mulai diperkenalkan di Yogyakarta, masyarakat setempat yang mayoritas beragama Islam mengganti isian tersebut dengan kacang hijau. Pergantian bahan ini mencerminkan proses adaptasi budaya yang mempertimbangkan nilai dan norma masyarakat setempat tanpa menghilangkan identitas asal kuliner tersebut (Noviopy et al., 2024) Bakpia mulai diproduksi di Kota Yogyakarta pada tahun 1940 yang di pelopori oleh seorang pendatang keturunan Tionghoa bernama Kwik Sun Kok

(Noviopy et al., 2024). Kini bakpia tidak hanya menjadi makanan khas Kota Yogyakarta tetapi juga oleh-oleh yang sangat diminati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Bakpia terus mengalami inovasi terutama dalam hal varian rasa. 30 74 Pada bakpia pathok 25 memiliki bermacam rasa seperti kacang hijau, cokelat, keju, nanas, susu, kumbu, telo ungu, durian, cappuccino, dan green tea. Inovasi ini bertujuan untuk menjangkau selera konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung menyukai variasi rasa yang lebih beragam. 57 Seiring dengan perkembangan industri kreatif dan persaingan pasar yang semakin ketat menuntut produsen untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam kualitas produk, tetapi juga dalam aspek visual dan kemasan. Kemasan produk kini tidak lagi hanya berperan sebagai pelindung dan alat distribusi, melainkan juga sebagai sarana penyampaian informasi dan strategi pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner tradisional khas Kota Yogyakarta memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bersaing di pasar modern. Namun, di tengah maraknya produk makanan kekinian dengan kemasan yang inovatif, Bakpia Pathok 25 menghadapi tantangan dalam 2 mempertahankan relevansi dan daya tariknya, terutama di mata generasi muda. Seiring dengan perkembangan industri, desain kemasan juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dan memudahkan distribusi, tetapi juga sebagai media edukasi bagi konsumen. Desain baru ini mengusung konsep layered papercut art yang menggambarkan budaya Yogyakarta, termasuk berbagai tradisi khas yang menjadi identitas kota tersebut. Dengan pendekatan ini, kemasan tidak hanya memberikan perlindungan terhadap produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman mendalam bagi konsumen, terutama generasi muda, dalam mengenal dan memahami budaya Yogyakarta melalui kemasan produk yang menarik secara visual. Lebih

dari sekadar wadah, kemasan ini berfungsi sebagai media pelestarian budaya sekaligus alat untuk memperkenalkan warisan budaya Yogyakarta kepada khalayak yang lebih luas. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen budaya secara estetis dan informatif, kemasan Bakpia Pathok 25 diharapkan dapat memperkuat identitas produk sekaligus mendukung upaya pelestarian budaya di tengah pesatnya perkembangan zaman dan modernisasi. Dengan demikian, inovasi dalam desain kemasan ini bukan hanya strategi pemasaran, tetapi juga langkah nyata dalam mempertahankan nilai budaya lokal agar tetap relevan di era globalisasi. 1.2 Identifikasi Masalah Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu: 3 1. Meskipun bakpia telah mengalami berbagai inovasi rasa, persaingan dengan produk oleh-oleh modern lainnya tetap tinggi. Perubahan selera konsumen, terutama di kalangan anak muda, menjadi tantangan tersendiri bagi produsen bakpia. Generasi ini tidak hanya mencari cita rasa yang lezat, tetapi juga tertarik pada nilai visual dalam produk, seperti desain kemasan yang menarik, estetika, dan pengalaman visual yang memorable . 2. Kemasan sering kali hanya dianggap sebagai pelindung makanan, tanpa mempertimbangkan fungsi lainnya. Padahal kemasan juga dapat berperan sebagai media informasi untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya. 1.3 Rumusan Masalah Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana desain kemasan yang baru dapat tetap mempertahankan nilai tradisional Bakpia Pathok 25 dan mengikuti perkembangan zaman sekaligus selera konsumen? 2. Bagaimana penerapan konsep layered papercut art pada desain kemasan Bakpia Pathok 25 dapat memperkuat identitas budaya Yogyakarta? 1.4 Tujuan Penelitian Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu: a. Merancang ulang kemasan Bakpia Pathok 25 yang tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk tetapi juga 4 mampu

menarik perhatian konsumen melalui elemen desain yang inovatif. b. Merancang konsep desain kemasan Bakpia Pathok 25 berbasis layered papercut art yang mampu mengomunikasikan nilai budaya Yogyakarta secara informatif. 103 1.5 Manfaat Penelitian Adapun manfaat penelitian sebagai berikut: 1.5 1 Manfaat Teoritis 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang desain kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya. penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam studi desain interaktif dan elemen edukasi budaya dalam kemasan produk. 59 2. Mengembangkan wawasan dalam bidang desain produk dan kemasan, terutama mengenai bagaimana elemen visual, grafis, dan informasi dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. 1.5.2 Bagi Universitas 1. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti di bidang desain grafis dalam memahami pentingnya kemasan produk sebagai sarana promosi dan identitas produk. 2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan studi kasus dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual yang terkait dengan literasi desain kemasan. 5 1.5.3 Bagi Peneliti 1. Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti untuk mengembangkan kemampuan analisis dan perancangan ulang kemasan yang efektif dengan mempertimbangkan target audiens, khususnya generasi muda. 2. Peneliti dapat mengaplikasikan hasil studi ini dalam praktik nyata, terutama dalam bidang industri kreatif dan kuliner, serta mendapatkan wawasan lebih dalam tentang preferensi konsumen dalam desain kemasan. 1.6 Sistematika Penulisan Untuk mempermudah akses informasi terkait penulisan proposal, laporan tugas akhir ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut: 1. BAB 1 PENDAHULUAN Pada bab ini berisi tentang kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya Yogyakarta, serta peran akulturasi budaya Tiongkok dalam menciptakan kuliner khas seperti bakpia. Selain itu, dibahas kurangnya perhatian terhadap desain kemasan yang menarik bagi konsumen muda yang lebih

mengutamakan visual pada kemasan. Bab ini juga mencakup identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian bagi teori, industri, dan peneliti. 2. BAB 2 TINJAUAN UMUM Bab kedua mengulas dan merangkum beberapa jurnal penelitian yang membahas desain kemasan kuliner, khususnya yang berfokus pada produk lokal, dengan pendekatan dan output yang berbeda sebagai bahan perbandingan dengan penelitian ini. Bab ini juga mencakup konsep dasar dan teori terkait desain kemasan, termasuk 6 fungsinya sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk mempertahankan budaya yang sudah ada dan memperkuat identitas budaya, khususnya pada kemasan Bakpia Pathok 25. 3. BAB 3 METODOLOGI DESAIN Bab ketiga membahas metode penelitian yang digunakan untuk merancang desain kemasan Bakpia Pathok 25 sebagai ikon kuliner budaya Yogyakarta. Tahapan diawali dengan pengumpulan data melalui studi literatur, analisis visual, dan observasi untuk memperoleh informasi mendalam yang mendukung perancangan kemasan. Tahap- tahap pengembangan desain kemasan mencakup perumusan konsep desain, pembuatan sketsa awal, pengembangan elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi, hingga tahap prototipe dan evaluasi. Setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa kemasan tidak hanya berfokus dengan visual tetapi juga efektif dalam merepresentasikan nilai budaya dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. 4. BAB 4 STRATEGI KREATIF Bab keempat berfokus pada strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25, dimulai dengan analisis audiens, khususnya Gen Z, untuk memahami preferensi visual dan nilai estetika yang mereka sukai. Pembuatan konsep desain mencakup gaya visual yang modern namun tetap merepresentasikan budaya lokal, pemilihan warna yang menarik perhatian, tipografi yang jelas dan estetis, serta penggunaan elemen visual seperti ilustrasi dan motif khas Yogyakarta untuk 7 meningkatkan daya tarik dan kualitas kemasan secara keseluruhan. 5.

BAB 5 KESIMPULAN Bab kelima merangkum keseluruhan isi proposal tugas akhir, mulai dari permasalahan yang diangkat, tujuan perancangan, hingga implementasi desain kemasan. Kesimpulan yang diambil mencakup hasil penelitian mengenai efektivitas desain kemasan dalam meningkatkan daya tarik Bakpia Pathok 25 di kalangan Gen Z serta perannya dalam memperkuat identitas budaya Yogyakarta. Bab ini juga berisi saran dari peneliti terkait pengembangan desain kemasan, termasuk inovasi visual dan fungsionalitas kemasan untuk meningkatkan nilai produk di pasar. 6. Bagian Akhir Penulisan Bagian akhir dari proposal tugas akhir ini mencakup elemen-elemen yang berkaitan dengan lampiran dan daftar pustaka, memuat refrensi yang menjadi dasar dalam menyusun penelitian tugas akhir. 14 28 8 BAB II TINJAUAN UMUM 2.1 Tinjauan Pustaka a. BAKPIA: PERJALANAN AKULTURASI CINA-INDONESIA DALAM MAKANAN KHAS YOGYAKARTA Hasil penelitian yang dilakukan oleh Martiana Noviopy Rae Rato, & Rahadjeng Pulungsari Hadi yang berasal dari Program Studi Cina, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia. Riset studi yang dilakukan pada tahun 2023 terpublikasi di Jurnal Lintas Budaya (MULTIKULTURA). Latar belakang dari penulisan ini adalah bagaimana bakpia, yang awalnya merupakan kuliner khas Tiongkok, mengalami proses akulturasi budaya saat diperkenalkan ke Kota Yogyakarta. Artikel ini menjelaskan sejarah masuknya bakpia ke Kota Yogyakarta oleh pendatang Tionghoa, adaptasi bahan, resep, dan proses pembuatanya agar sesuai dengan selera masyarakat Yogyakarta, hingga pengakuan bakpia sebagai kuliner khas Kota Yogyakarta. Selain itu, jurnal ini menyoroti peran strategi bisnis, inovasi rasa, dan penerimaan masyarakat yang membuat bakpia populer sebagai oleh- oleh dari Kota Yogyakarta. Perbedaan antara penelitian pada artikel jurnal dan pada tugas akhir yang sedang di kembangkan adalah pada pembahasan dan output yang dihasilkan. Penelitian pada artikel jurnal membahas perjalanan akulturasi budaya melalui bakpia sebagai representasi

sejarah dan adaptasi budaya Cina di Indonesia, dengan penekanan pada aspek sejarah dan 9 adaptasi budaya. Sedangkan tugas akhir yang sedang di kembangkan fokus pada inovasi kemasan Bakpia Pathok 25 menggunakan konsep edukatif dan visual untuk mempromosikan budaya Kota Yogyakarta. Gambar 2. 1 Pembuatan Bakpia b. AnalisisFitur dan Elemen Desain Kemasan Bakpia Kenes Terhadap Persepsi Konsumen Hasil penelitian yang dilakukan oleh c. Rachmadita Dwi Pramestia., & Susilawatib yang berasal dari Program Studi Desain Grafis, Universitas Politeknik Negeri Jakarta. Riset studi yang dilakukan pada tahun 2021 terpublikasi di Jurnal Tridarma Perguruan Tinggi (WAHANA). Jurnal mereka membahas tentang bagaimana fitur dan elemen desain kemasan berperan penting dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Hasil penelitian dari jurnal meraka menunjukkan bahwa elemen seperti bentuk, warna, logo, tipografi, ilustrasi, dan tata letak desain memiliki dampak signifikan dalam menarik perhatian dan 10 menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Selain itu, aspek fungsional seperti kemudahan dibawa, disimpan, dan digunakan juga berkontribusi pada kepuasan konsumen, sehingga mendukung keputusan untuk membeli produk. Perbedaan utama antara artikel jurnal dan tugas akhir yang sedang dikembangkan terletak pada fokus kajian dan outputnya. Artikel jurnal mereka adalah menganalisis fitur dan elemen desain kemasan Bakpia Kenes dengan tujuan memahami dampak desain terhadap persepsi konsumen. Sedangkan tugas akhir yang sedang dikembangkan berfokus pada inovasi desain kemasan Bakpia Pathok 25 untuk memperkenalkan budaya Yogyakarta. Artikel jurnal mereka lebih berfokus pada analisis fungsi kemasan, sedangkan tugas akhir yang sedang dibuat lebih pada pelestarian budaya melalui desain. Gambar 2. 2 Kemasan Bakpia Kenes c. BUKU LAYOUT 2020 SURIANTO RUSTAN Buku Layout karya Surianto Rustan (2020) menjadi salah satu referensi dalam memahami prinsip tata letak dalam dunia desain grafis, termasuk dalam konteks 11 desain

kemasan. Dalam buku ini, membahas berbagai aspek penting dalam penyusunan layout, seperti keseimbangan, hirarki visual, konsistensi, dan kontras. Ia menekankan bahwa layout bukan sekadar penempatan elemen secara estetis, tetapi juga harus mampu mengarahkan perhatian dan membangun komunikasi visual yang efektif dengan audiens. Buku ini menjelaskan bagaimana unsur-unsur seperti tipografi, gambar, warna, dan ruang kosong harus diorganisasi dengan cermat agar pesan desain dapat tersampaikan dengan jelas. Dalam konteks kemasan, layout yang baik tidak hanya memperindah tampilan tetapi juga mendukung fungsi informatif dan promosi produk. Perbedaan utama antara buku referensi ini dan tugas akhir yang sedang dikembangkan terletak pada pendekatannya. Buku Layout lebih menekankan prinsip umum tata letak dalam desain grafis secara luas, sementara tugas akhir yang sedang dikerjakan fokus pada penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam inovasi desain kemasan Bakpia Pathok 25, dengan tujuan memperkenalkan nilai-nilai budaya Yogyakarta. Buku ini memberikan dasar teori dan teknis yang kuat sebagai landasan visual, sedangkan tugas akhir mengembangkan desain dengan pendekatan kultural. 12 2.2 Tinjauan Teori 2.3 Teori Utama 2.3.1Teori Kemasan Kemasan atau bisa disebut juga packaging awalnya berasal dari kata “ package ” yang dapat di artikan kedalam bahasa indonesia adalah “membungkus atau mengemas. Bisa disimpulkan bahwa kemasan adalah wadah atau pembungkus yang digunakan untuk melindungi, mengawetkan, dan mempermudah distribusi suatu produk. Kemasan juga berisikan informasi mengenai bahan yang digunakan dan kandungnya. Kemasan dapat memberikan citra tertentu guna menarik konsumen untuk membeli produk. Kemasan juga berperan dalam komunikasi pemasaran, di mana desain yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang baik bagi calon pembeli (Suryatanaga, 2012). 21 24 75 Kemasan adalah suatu proses yang melibatkan perancangan, pembuatan, dan penggunaan wadah atau pembungkus untuk melindungi produk. Fungsi utama kemasan adalah menjaga

kualitas produk dari kerusakan fisik, kimia, dan biologis selama proses produksi, distribusi, hingga sampai ke tangan konsumen. 66 Selain itu, kemasan juga berperan penting dalam memberikan informasi mengenai produk, menarik minat konsumen, serta memudahkan proses penyimpanan. Material kemasan yang digunakan sangat beragam, mulai dari bahan alami seperti kertas dan kayu hingga bahan sintetis seperti plastik (Ermawati, 2019). Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 merujuk pada konsep kemasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong. 60 106 Kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai media 13 komunikasi visual yang efektif, yang dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat identitas merek, dan memengaruhi keputusan pembelian melalui elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan informasi produk (Dyahayu, 2023). Gambar 2. 4 12 3 Jenis-Jenis Kemasan Klasifikasikan kemasan terdapat tiga jenis: a. Kemasan Primer adalah kemasan yang langsung berhubungan atau bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil. 4 10 12 Sebagai contoh kemasan makanan ringan atau snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik. b. 60 Kemasan Sekunder adalah untuk melindungi kemasan primer agar dapat sampai di tangan konsumen tetap aman dan tidak rusak. 38 Sebagai pelindung tambahan, kemasan sekunder juga diperlukan untuk produk-produk tertentu seperti makanan untuk menjaganya dari kerusakan terutama kerusakan fisik produk, agar tetap utuh saat sampai di tangan konsumen (Wahyudi, 2023). 4 10 12 15 Sebagai contoh kemasan karton atau kardus mie instant, kemasan kardus air minum dalam kemasan. 4 10 12 15 14 c. Kemasan Tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. 4 10 12 Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. 4 10 12 15 Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. 4 10 15 Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan kontainer. kemasan berfungsi untuk perlindungan, penyampaian informasi, dan mendukung

strategi pemasaran, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong dalam klasifikasi kemasan menjadi primer, sekunder, dan tersier. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 dipilih untuk memperkuat identitas merek melalui elemen desain yang sesuai dengan budaya Yogyakarta. Proses ini tidak hanya relevan bagi target pasar lokal dan wisatawan, tetapi juga bertujuan untuk mendidik generasi muda tentang kekayaan budaya melalui desain kemasan. Keseluruhan konsep ini mendukung perancangan kemasan Bakpia Pathok 25 sebagai alat pelestarian budaya Yogyakarta. 2.4 Teori Pendukung 2.4.1Warna Warna merupakan spektrum spesifik yang terkandung dalam cahaya sempurna yaitu putih. 3 6 7 44 55 Identitas warna ditentukan oleh panjang gelombang cahaya (Ramadhani, 2023). 31 44 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), warna merupakan kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda- benda yang dikenai cahaya tersebut. 18 43 Secara fisik, warna dapat diartikan sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara subjektif atau psikologis, warna merupakan bagian dari pengalaman penglihatan manusia dan reaksi otak terhadap rangsangan visual tertentu. Warna terlihat karena cahaya mengenai suatu benda, yang kemudian memantulkan cahaya ke 15 retina manusia sehingga menghasilkan kesan warna tertentu. 80 Misalnya, suatu benda tampak merah karena pigmen benda tersebut memantulkan warna merah dan menyerap warna lainnya. Menurut Brewster, warna dikelompokkan menjadi empat kategori yang diorganisasikan dalam bentuk lingkaran berisi berbagai warna . 3 5 6 18 20 50 Berikut adalah pembagian warna yang dijelaskan oleh Brewster: a. Warna primer Warna primer, atau yang dikenal sebagai warna dasar, adalah warna-warna yang tidak berasal dari campuran warna lain. 11 20 Warna-warna ini meliputi merah, kuning, dan biru. Ketiga warna ini secara teori dianggap sebagai pigmen primer yang menjadi dasar dalam pencampuran berbagai warna lainnya. 16 Gambar 2. 4 Colorwheel b. 3 5 7 11 55 83 Warna Sekunder Warna sekunder dihasilkan dari pencampuran warna primer dalam perbandingan yang sama, yaitu 1:1. 3 5 6 7 11 Kombinasi warna primer

tersebut meliputi merah dan kuning yang menghasilkan jingga, biru dan kuning yang menghasilkan hijau, serta merah dan biru yang menghasilkan ungu. c. Warna Tersier Awalnya, warna tersier merujuk pada warna netral yang dihasilkan dari pencampuran tiga warna primer dengan perbandingan sama, yaitu 1:1:1. [3][5][6][7] Namun, sekarang warna tersier lebih sering diartikan sebagai hasil campuran antara dua warna sekunder. Contohnya adalah jingga kekuningan, yang dihasilkan dari mencampurkan warna jingga dengan kuning. d. Warna Netral Menurut teori warna Brewster, warna pokok adalah warna netral. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, warna netral terbentuk dari pencampuran warna dasar—merah, biru, dan kuning—dengan perbandingan yang sama, yaitu 1:1:1. Selain itu, campuran antara warna primer dan tersier juga dapat menghasilkan warna netral. Penulis menerapkan teori warna Brewster untuk merancang desain kemasan Bakpia Pathok 25. Teori warna ini digunakan untuk memilih warna yang tepat untuk membuat kemasan yang sesuai dengan cirikhas Yogyakarta 2.4 [17] 2Illustrasi Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensinya terletak pada pemikiran, ide, dan konsep 17 yang mendasari pesan yang ingin disampaikan. Ilustrator berperan menghidupkan atau memberikan bentuk visual. [17] Seiring waktu, ilustrasi telah menjadi cara untuk memvisualisasikan pikiran dan ide serta mempengaruhi masyarakat dalam hal keyakinan dan tren. Sejarah ilustrasi berawal dari dunia buku, dengan fungsi awalnya sebagai pendamping tulisan, terlihat dari catatan visual di gua, manuskrip abad pertengahan, hingga buku dan koran di abad ke-15 hingga 18. [17] Ilustrasi mencapai masa keemasan pada revolusi industri sekitar 1890-1920, di mana penemuan mesin cetak menjadikan media cetak sebagai komunikasi utama (Witabora). Ilustrasi line art dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk mengkomunikasikan budaya Yogyakarta secara visual kepada konsumen, yang sebagian besar adalah masyarakat yang peduli dengan

warisan budaya dan tradisi. Ilustrasi yang sesuai dengan tema budaya Yogyakarta dapat menarik perhatian dan menciptakan hubungan emosional dengan target audience yang mengapresiasi nilai budaya lokal. 18 Gambar 2. 5 Perkembangan dan Evolusi Kreativitas Visual Dengan menggunakan Ilustrasi line art desain kemasan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya Yogyakarta, sejalan dengan tujuan utama pelestarian budaya dalam desain kemasan Bakpia Pathok 25. 2.4.3Tipografi Tipografi adalah suatu Ilmu atau seni atau teknik dalam menyusun elemen elemen huruf ataupun teks agar dapat dibaca dan maknanya tersampaikan dengan jelas dan me-miliki nilai estetika. Secara umum tipografi dapat juga dianggap sebagai Ilmu yang membahas Teknik dalam pemi-lihan dan penataan huruf serta pengaturan distribusi huruf atau teks pada ruang atau media yang tersedia agar dapat menyampaikan makna dari teks tersebut dan juga untuk menciptakan suatu kesan tertentu yang membantu pembaca agar dapat membaca teks tersebut dengan nyaman (Iswanto, 2023). 19 Gambar 2. 6 Typography Berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25: a. Typeface Pemilihan jenis huruf yang tepat sangat penting untuk memberikan kesan visual yang kuat pada desain kemasan. Typeface yang sesuai dengan elemen budaya Yogyakarta dapat menambah daya tarik dan kesan estetis pada kemasan. b. Leading Pengaturan ruang kosong antar elemen teks perlu diperhatikan untuk memberikan kenyamanan dalam membaca. Leading yang tepat membantu teks pada kemasan terlihat lebih rapi dan mudah dipahami. c. Figures Angka-angka pada kemasan digunakan untuk memberikan informasi lebih rinci, seperti harga atau informasi produk lainnya. Penulisan angka yang jelas dan mudah dipahami akan memperjelas detail produk. d. Letter Spacing Jarak antar huruf harus diatur dengan cermat untuk menciptakan tampilan yang bersih dan mudah dibaca. Spasi yang tepat akan meningkatkan

kualitas visual kemasan dan kenyamanan pembaca. e. Colour Pemilihan warna pada kemasan harus dipertimbangkan dengan hati-hati untuk menciptakan keseimbangan visual. Warna yang tepat membantu meningkatkan keterbacaan dan memberikan kesan yang mendalam tentang budaya Yogyakarta yang ingin disampaikan. f. Readability 20 Kenyamanan pembaca dalam membaca informasi pada kemasan dipengaruhi oleh pemilihan typeface, ukuran, ruang kosong, dan warna. Semua elemen ini harus dirancang dengan baik agar kemasan mudah dibaca, menarik, dan menggambarkan budaya Yogyakarta dengan tepat. Teori ini menjadi panduan penulis dalam menentukan dan memperhatikan penggunaan tipografi yang tepat dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25. Tipografi yang dipilih untuk desain kemasan akan membantu penulis dalam menciptakan kemasan yang sesuai dengan target konsumen dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan. 116 21 2.5 Kerangka Berpikir Gambar 2. 7 Kerangka Berpikir 22 BAB III METODOLOGI DESAIN/PERANCANGAN 3.1 Sistematika Perancangan Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan Bakpia Pathok 25 dengan menerapkan The Design Method yang dikembangkan oleh Eric Karjaluoto (Hananto et al., 2020). Metode ini terdiri dari empat tahap utama, yaitu: a. Discovery (Penemuan): Mengumpulkan data-data yang ada, kemudian menyatukan dan mencocokan situasi dengan cara observasi data dan analisis. b. 16 Planning (Perencanaan): Mengidentifikasi kebutuhan utama dan lainnya, kemudian mengembangkan strategi dan rencana yang memugkinkan untuk ditindaklanjuti, agar dapat menentukan permasalahan (fokus). c. Creative (Kreatifitas): Mencari opsi konseptual dan arah potensi desain, serta mengorganisir beberapa kemungkinan menjadi visi yang jelas. d. Application (Pengaplikasian): Menerapkan pendekatan dan membuat elemen desain bersamaan dengan percobaan, pengukuran, evaluasi, dan perbaikan. Pada tahap Discovery peneliti mengumpulkan data-data yang relevan mengenai budaya Yogyakarta dan Bakpia. Proses ini dilakukan melalui observasi, studi literatur, dan analisis untuk memahami situasi

serta kebutuhan desain kemasan yang akan dikembangkan. Pada tahap Planning, peneliti mengidentifikasi kebutuhan utama dan aspek lain yang mendukung perancangan kemasan. Selanjutnya, peneliti menyusun strategi serta mengembangkan konsep desain yang sesuai agar dapat 23 menentukan fokus permasalahan dengan jelas. Selanjutnya, pada tahap Creative, peneliti membuat sketsa dan beberapa alternatif kemasan dengan mengacu pada referensi visual yang telah diperoleh. Akhirnya, tahap Application memaparkan hasil dari penerapan desain kemasan yang telah dibuat. Untuk mencapai hasil yang optimal. Elemen visual diterapkan secara menyeluruh, diikuti dengan uji coba untuk memastikan kemasan berfungsi dengan baik. Evaluasi dan perbaikan dilakukan agar desain akhir dapat mencapai hasil yang optimal. 3.2 Metode Pencarian Data Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menggali informasi secara mendalam. 21 37 62 73 Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut Jenis penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan nyata yang berkaitan dengan persepsi dan pengalaman konsumen terhadap desain kemasan Bakpia Pathok 25, khususnya dalam hal efektivitas visual, daya tarik, serta nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan melalui kemasan. Metode kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman, kebutuhan, dan preferensi konsumen melalui wawancara mendalam serta observasi langsung terhadap interaksi pengguna dengan kemasan produk. Data yang diperoleh dari pendekatan ini membantu peneliti memahami sudut pandang konsumen secara kontekstual dan emosional, termasuk kesan mereka terhadap elemen desain seperti warna, ilustrasi, tipografi, dan bentuk kemasan. 24 Kombinasi pendekatan kualitatif ini memungkinkan proses perancangan kemasan dilakukan secara menyeluruh, berbasis data, dan berorientasi pada pengguna (user-centered design). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara

visual, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas budaya Yogyakarta serta meningkatkan daya tarik Bakpia Pathok 25 di pasar oleh-oleh lokal maupun internasional. 46 Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menggali informasi secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut: 3.2.1Studi Literatur Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji dan memanfaatkan berbagai sumber tertulis seperti buku, proposal, artikel ilmiah, jurnal, laporan penelitian, dan dokumen relevan lainnya. Data yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut kemudian dianalisis secara sistematis dan disusun secara efisien (Ismail, 2023). Proses studi literatur meliputi beberapa tahapan penting, yaitu: a. Identifikasi sumber yang relevan: memilih buku, jurnal, artikel, dan dokumen lain yang sesuai dengan topik penelitian. b. Analisis konten: membaca dan mengevaluasi isi sumber secara kritis untuk menemukan informasi penting dan relevan. c. Penyusunan kerangka teoritis: mengorganisasi hasil analisis untuk membangun dasar teori yang kuat, yang akan menjadi pijakan dalam merumuskan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis. 25 3.2.2Observasi Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mendapatkan informasi yang alami dan mendalam mengenai suatu fenomena atau perilaku. Walaupun observasi memiliki beberapa kelemahan, seperti potensi bias dan membutuhkan waktu yang relatif lama, metode ini tetap penting karena mampu memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi nyata di lapangan (Romdona, Siti; Junista, Silvia Senja; Ahmad, n.d.). 3.2.3Wawancara Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi metode pengumpulan data yang sangat esensial dan hampir selalu digunakan. Teknik ini dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan informan, yakni individu yang dijadikan sumber utama dalam memperoleh data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Tujuan dari wawancara bukan sekadar mengumpulkan jawaban dengan cepat, melainkan

untuk menggali secara mendalam pemahaman, pengalaman, serta pandangan informan terhadap suatu peristiwa atau fenomena. Peneliti biasanya menyiapkan panduan wawancara sebelum terjun ke lapangan. Panduan ini berisi poin-poin atau daftar pertanyaan yang bersifat lentur dan tidak harus diikuti secara kaku. Karena itu, proses wawancara dalam pendekatan kualitatif lebih menyerupai percakapan santai yang mengalir, bukan tanya jawab formal. Pendekatan ini bertujuan menciptakan suasana yang terbuka dan nyaman agar informan merasa bebas untuk berbicara secara jujur dan mendalam. 26 3.3 Analisis Data Dalam upaya merancang ulang kemasan Bakpia Pathok 25, diperlukan analisis mendalam untuk memperoleh data yang valid mengenai preferensi konsumen dan aspek visual kemasan. Proses ini bertujuan untuk mengorganisasi dan menginterpretasi data guna meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan pasar serta menyajikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan produk. Pendekatan analisis data kualitatif yang bersifat induktif memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara selektif untuk memperkuat dan menarik kesimpulan dalam membentuk konsep baru (Utama et al., 2022). 76 Model analisis ini melibatkan tiga tahapan utama: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan selama proses penelitian untuk memastikan validitas dan keandalan data yang diperoleh. Tabel Analisis Visual Kemasan Bakpia Pathok 25 N o Aspek Visual Data Penyajian data Kesimpulan 1. Warna Warna pada kemasan lama cenderung monoton dan kurang mencermin kan budaya lokal Warna khas Yogyakarta seperti coklat tanah, emas, dan merah batik lebih mencermin kan budaya dan menarik perhatian visual Penggunaan warna khas budaya lokal perlu diterapkan untuk memperkuat identitas dan daya tarik generasi muda 2. Tipografi Font saat ini bersifat Tipografi etnik- Tipografi yang 27 standar, kurang mencermin kan nuansa tradisional modern digunakan pada produk oleh-oleh lokal

lainnya untuk memperku at karakter menggabun gkan unsur tradisional dan keterbacaan tinggi dapat meningkatka n estetika dan identitas kemasan 3. Ilustrasi Tidak terdapat ilustrasi budaya khas Yogyakarta pada kemasan lama Produk lain menampilk an ikon seperti candi, batik, dan gunungan untuk memperku at citra budaya Penambahan ilustrasi bertema layered papercut seperti wayang, batik, atau keraton sangat diperlukan 4. Struktu kemasan Bentuk kemasan masih konvension al dan tidak interaktif Tren kemasan oleh-oleh modern lebih variatif, informatif, dan inovatif dalam struktur Perlu desain kemasan yang lebih ergonomis dan informatif, seperti bentuk pop-up atau lipatan dengan ilustrasi Tabel 3. 1 Tabel Analisis Visual Kemasan Bakpia Pathok 25 3.3.1Hasil Data 1. Studi Literatur N o Judul Penulis Tahu n Keterangan 1. Pelestarian Wisata Kuliner Lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Surabaya Mau, Daniel Pandu Mau, Yesarela Pandu 2024 Membahas tentang pentingnya makanan tradisional 28 Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local Wibowo, Otje Herman Kurniansah, Rizal Arta, I Wayan sebagai warisan budaya yang memiliki nilai sejarah, sosial, dan ekonomi bagi komunitas lokal 2. Studi Literatur : Akulturasi Rasa Sebagai Metode Pengenalan Bahan Pangan Lokal Bagi Masyarakat Mulyawati, Ghaniyyah 2024 membahas permasalaha n penurunan minat masyarakat Indonesia terhadap kuliner tradisional berbahan pangan lokal akibat pengaruh globalisasi dan modernisasi 3. Analisis Visual Pada Kemasan Danish Monde Egg Drop Biscuit Dengan Teori Semiotika Dyahayu, Laurensia Priska 2023 desain kemasan dan citra asal produk menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan preferensi konsumen di pasar yang kompetitif 4. 22 Multikultura Bakpia : Perjalanan Akulturasi Cina-Indonesia Dalam Bakpia : Perjalanan Akulturasi Noviopy, Martiana Rato, Rae Hadi, Rahadjeng 2024 Membahas tentang akulturasi budaya dan kuliner di 29 Cina-Indonesia Dalam Makanan Khas Yogyakarta Pulungsari Yogyakarta 5. Pendampingan Peranan Dan

Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor Ermawati, Emmy 2019 Membahas tentang desain kemasan Tabel 3. 2 Studi Literatur 2. Observasi Kegiatan pengamatan dilakukan tanggal 11 april 2025 sampai 14 april 2025 di Kota Yogyakarta menggunakan teknik observasi secara langsung untuk memperoleh berbagai data yang diperlukan. Proses observasi dilakukan Di Kraton Yogyakarta, observasi fokus pada aspek budaya dan arsitektur tradisional yang menjadi simbol identitas dan sejarah masyarakat Jawa. Pengamatan mencakup struktur bangunan, ornamen khas, serta aktivitas tradisional yang masih dilestarikan di lingkungan kraton. Di toko-toko bakpia, kegiatan observasi bertujuan untuk memahami proses produksi bakpia sebagai oleh-oleh legendaris Yogyakarta. Pengamatan meliputi teknik pengemasan, serta interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Berikut beberapa toko bakpia yang di kunjungi di Kota Yogyakarta: a. Toko bakpia pathok 25 Di toko Bakpia Pathok 25, observasi difokuskan pada aktivitas pemasaran dan interaksi dengan konsumen. Toko berperan sebagai tempat penjualan produk jadi dan pusat informasi bagi pembeli mengenai keunikan bakpia Pathok 25. Pengamatan meliputi tata letak produk, harga , serta pelayanan kepada konsumen. 30 Gambar 3. 1 Toko Bakpia Pathok 25 b. Toko bakpia kurnia sari Observasi yang dilakukan di toko Bakpia Kurnia Sari bertujuan untuk memperoleh data terkait kualitas produk, pelayanan, dan persepsi konsumen terhadap bakpia yang dijual. Pengamatan mencakup aspek-aspek seperti variasi rasa yang ditawarkan, Harga, dan kemasan produk. Hasil observasi menunjukkan bahwa toko Bakpia Kurnia Sari memiliki keunggulan pada tokonya yang tidak hanya menjuak bakpia tapi juga menjual berbagai macam oleh oleh khas Kota Yogyakarta. Meskipun harga produk bakpianya tergolong cukup mahal dibandingkan merek lain. Pelayanan yang ramah dan suasana toko yang nyaman menjadi nilai tambah dalam menarik konsumen. 31 Gambar 3. 2 Toko bakpia Kurnia Sari

c. Toko bakpia satu hati Observasi di toko Bakpia Satu Hati, sebuah merek bakpia baru yang berkembang di Yogyakarta, menunjukkan bahwa toko ini menawarkan pengalaman berbelanja oleh- oleh khas yang modern dan inovatif. Toko ini memiliki beberapa cabang strategis di Kota Yogyakarta, termasuk superstore yang terletak dekat dengan pusat wisata seperti Stasiun Tugu dan Malioboro. 30 Produk Bakpia Satu Hati dikenal dengan berbagai varian rasa yang unik, seperti strawberry cheese, durian, kumbu hitam, keju, cokelat, dan kacang hijau. Salah satu keunggulan produk ini adalah menggabungkan teknik tradisional dengan mesin modern untuk menjaga kualitas dan konsistensi rasa. 32 Gambar 3. 3 Bakpia Satu Hati 3. Wawancara Kegiatan pengumpulan informasi pada tanggal 14 April 2025 berlokasi di kantor Bakpia Pathok 25 bersama Manager dari Bakpia Pathok 25 yang bernama Lautan Hesychia Hayes Usha. Wawancara dilakukan menggunakan metode wawancara berstruktur. Tujuan wawancara adalah untuk mengetahui lebih dalam tentang produk bakpia pathok 25. 96 Beberapa poin penting yang menjadi pembahasan wawancara adalah sebagai berikut: 1. Bakpia Pathok 25 kenapa sampai saat ini belum pernah mengubah desainnya dan lebih mempertahankan desain kemasan yang sudah ada saat ini. 2. Kenapa Bakpia Pathok 25 tidak membuat kemasan khusu untuk parsel atau Givebox. 33 3. Apa perbedaan utama bakpia reguler dengan bakpia Premium. Gambar 3. 4 Dokumentasi Wawancara Oleh Menager Bakpia Pathok 25 3.4 Kesimpulan Hasil Analisis Kegiatan observasi yang dilaksanakan pada tanggal 13 April 2025 di kantor Bakpia Pathok 25 memberikan wawasan mendalam mengenai sejarah dan perkembangan Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner legendaris di Yogyakarta. Bakpia Pathok 25 merupakan bukti nyata akulturasi budaya Tionghoa di Kota Yogyakarta, yang dimulai sejak bakpia pertama kali diperkenalkan di Kota Yogyakarta. Pada tanggal 14 April 2025, kegiatan wawancara dilakukan bersama Lautan Hesychia Hayes Usha, Manager Bakpia Pathok 25. Dalam wawancara tersebut,

beliau menegaskan bahwa Bakpia Pathok 25 bukan sekadar produk kuliner biasa, melainkan simbol perpaduan budaya dan tradisi yang terus dipertahankan 34 hingga saat ini. Selain menjaga resep asli yang diwariskan oleh pendiri, Bakpia Pathok 25 juga terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai varian rasa yang beragam untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa menghilangkan nilai autentik bakpia tradisional. Wawancara tersebut juga menyoroti pentingnya peran Bakpia Pathok 25 dalam mendukung perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja di Yogyakarta. Secara keseluruhan, observasi dan wawancara ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perjalanan sejarah, nilai budaya, serta strategi pengembangan Bakpia Pathok 25 yang menjadikannya ikon kuliner yang tidak hanya populer secara lokal, tetapi juga dikenal secara nasional. 3.5 Pemecahan Masalah Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner khas Yogyakarta melalui media interaktif. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan menciptakan kemasan yang tidak hanya melindungi produk dan memudahkan distribusi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi bagi konsumen. Kemasan ini juga memiliki fungsi sebagai media pelestarian budaya sekaligus alat untuk memperkenalkan warisan budaya Yogyakarta kepada khalayak yang lebih luas. Inovasi ini menjadikan kemasan sebagai sarana komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai budaya dan tradisi. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen budaya secara estetis dan informatif, kemasan Bakpia Pathok 25 tidak hanya memperkuat identitas produk, tetapi juga mendukung upaya pelestarian budaya Yogyakarta di tengah perkembangan zaman. Tujuan utama dari perancangan ini adalah meningkatkan minat generasi muda terhadap budaya kuliner 35 Yogyakarta, khususnya Bakpia Pathok 25, sekaligus melestarikan warisan kuliner tersebut melalui media yang interaktif dan menghibur. 36 BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Strategi Komunikasi Perancangan desain kemasan edisi spesial Bakpia

Pathok 25 ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memanfaatkan kemasan sebagai media untuk memperkenalkan dan membantu untuk melestarikan budaya Kota Yogyakarta. dengan mengkomunikasikan makna dan nilai-nilai budaya tradisional Kota Yogyakarta, khususnya seni pertunjukan dan tradisi budaya, kepada target audience. Tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk memperkenalkan dan memberikan edukasi mengenai elemen budaya yang ada melalui presentasi visual yang menarik 37 Gambar 4. 1 Kemasan Bakpia Premium Spesial Edisi pada kemasan. Perancangan desain kemasan ini menciptakan nilai tambah sekaligus membedakannya melalui pengalaman visual dan edukatif yang ditawarkan oleh konsep layered papercraft art serta makna budayanya. Diharapkan pula dapat meningkatkan daya tarik produk sebagai oleh-oleh yang autentik dan berkesan kepada target audience. Strategi media untuk desain kemasan Bakpia Pathok 25 ini dengan menggunakan desain kemasan itu sendiri sebagai media komunikasi. Kemasan sekunder merupakan kotak edisi spesial utama berbentuk persegi panjang, berfungsi sebagai media utama yang langsung menarik perhatian dan mengkomunikasikan tema budaya serta eksklusivitas. Media visual utama pada kemasan ini adalah tutupnya yang menampilkan ilustrasi budaya pertunjukan dan tradisi budaya menggunakan teknik layered papercraft art , yang menonjolkan aspek seni, keunikan, dan nilai kerajinan, sekaligus menjadi pengantar narasi budaya. Untuk media informatif bagian dalam atau balik tutup kemasan sekunder akan menyajikan penjelasan mengenai informasi tentang tema yang diangkat. Kemasan 38 Gambar 4. 2 Kemasan Bakpia Pathok 25 Spesial Edisi primer yang terdiri dari dua unit kemasan premium Bakpia Pathok 25 memiliki fungsi untuk melindungi produk sekaligus melanjutkan dan memperdalam narasi budaya yang akan diangkat. Setiap kemasan primer akan menyajikan informasi atau cerita yang lebih mendetail mengenai salah satu budaya yang akan diangkat sehingga pesan edukatif tersampaikan kepada calon pembeli. Pendekatan ini

menciptakan sebuah pengalaman bagi konsumen saat membuka kemasan Bakpia Pathok 25 di mana setiap elemen mulai dari layered papercraft art, ilustrasi, dan teks informasi bekerja secara sinergis untuk menyampaikan pesan mengenai budaya Yogyakarta secara visual dan informatif. 4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning a. Segmentasi 1) Demografi Usia: 18-30 tahun Kelompo k usia tersebut pada umumnya memiliki ketertarikan terhadap inovasi desain visual dan konten yang di berikan. Kelompok usia ini juga memiliki Tingkat apresiasi terhadap nilai budaya, estetika, dan kualitas produk disertai kecenderungan untuk mencari oleh-oleh atau hadiah yang berkesan. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita Desai n kemasan bersifat universal dan tidak terbagi-bagi berdasarkan jenis kelamin. Baik pria maupun wanita berpotensi menjadi konsumen produk ini. Pendidikan: Pelajar SMA, Mahasiswa, atau masyarakat umu m 39 2) Geografi Wilayah Utama Kota Yogyakarta beserta kawasa n sekitarnya, mengingat statusnya sebagai pusat destinasi pariwisata dan daerah asal produk Bakpia Pathok 25. Wilayah Sekunde r Kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang, yang merupakan sumber utama wisatawan mancanegara dan domestik. Distribusi Potensial Toko oleh-oleh di Yogyakarta, gera i resmi Bakpia Pathok 25, bandara udara, stasiun kereta api, serta berbagai platform e-commerce. 3) Psikografis: Gaya Hidup : Individu dengan ketertarikan pada aspek visual, budaya, dan tradisi. Kepribadian: Apresiatif terhadap detail, keunikan, da n kolektor barang edisi terbatas atau bernilai seni. Nilai : Menjunjung tinggi nilai-nilai keindahan atau estetika, nilai edukasi, kualitas produk, serta produk yang berkontribusi atau mendukung upaya pelestarian budaya. 4) Perilaku: Kesempatan Pembelian : 40 Produk sebagai oleh-oleh khas dan premium dari Yogyakarta, hadiah spesial untuk acara atau individu tertentu, cinderamata yang berkesan, barang koleksi pribadi, atau untuk konsumsi pribadi demi

memperoleh pengalaman produk yang unik dan memuaskan. Manfaat yan g Dicari: Perpaduan antara kualitas rasa Bakpia Pathok 25 serta keunikan dan keindahan visual desain kemasan layered papercraft art. Pengalaman membuka kemasan atau unboxing experience yang interaktif dan edukatif, serta timbulnya rasa bangga dan kepuasan dalam memiliki atau memberikan produk sebagai hadiah. Status Pengguna : Pengguna yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dengan Bakpia Pathok 25 namun tertarik oleh keunikan edisi spesial ini atau pengguna loyal Bakpia Pathok 25 yang ingin merasakan pengalaman baru dan mengoleksi varian edisi khusus dari merek yang telah mereka percayai. b. Targeting 5) Target utama: Wisatawan mancanegara serta individu yang memili ketertarikan pada visual dan desain. Berusia 18-30 tahun dengan tingkat sosial ekonomi menengah hingga menengah ke atas. Individu yang mencari oleh-oleh premium dan autentik dari 41 Yogyakarta, produk unik dengan nilai estetika tinggi, serta memiliki ketertarikan pada narasi budaya dan pengalaman edukatif. 6) Target sekunder: Wisatawan domestik yang aktif dalam platform digital atau media sosial. Peminat seni dan budaya secara umum, termasuk akademisi, mahasiswa program studi desain atau ilmu budaya, atau anggota komunitas budaya yang mungkin tertarik pada produk sebagai studi kasus pelestarian budaya melalui media kreatif atau sebagai objek kajian. c. Positioning Bakpia Pathok 25 Edisi Spesial diposisikan sebagai sebuah persembahan kuliner premium dari Yogyakarta yang mengangkat budaya melalui kemasan inovatif. Kemasan ini tidak hanya dirancang untuk melindungi produk bakpia, Tetapi juga mengedukasi dan berkontribusi pada pelestarian budaya tradisional Kota Yogyakarta. 4.3 Analisis SWOT a. Strengths 1) Brand yang Sudah Dikenal Memanfaatkan nama besar dan reputasi Bakpia Pathok 25 yang sudah populer, sehingga memudahkan penerimaan produk edisi spesial ini di pasar. 2) Konsep Desain Kemasan Unik dan Artistik 42 Penggunaan teknik layered

papercraft art memberikan perbedaan yang kuat, kesan premium, dan pengalaman visual yang menarik bagi konsumen . 3) Pengalaman Membuka Kemasan Kemasan yang berbeda dari produk lainya memberikan kesan yang berbeda dan pengalaman baru bagi konsumen sekaligur memberikan informasi yang edukatif menciptakan pengalaman interaktif dan berkesan. b. Weaknesses 1) Biaya Produksi Lebih Tinggi Teknik layered papercraft art dan detail kemasan yang kompleks kemungkinan besar akan meningkatkan biaya produksi secara signifikan dibandingkan kemasan standar. 2) Harga Jual Produk Lebih Mahal Sebagai konsekuensi dari biaya produksi yang tinggi harga produk akan lebih mahal yang berpotensi membatasi jangkauan pasar. 3) Kompleksitas Pembuatan Kemasan Akan membutuhkan lebih banyak waktu untuk pembuatan dan perakitan kemasan dibandingkan dengan kemasan standarnya. c. Opportunities 1) Pertumbuhan Industri Pariwisata Yogyakarta Sebagai destinasi wisata Kota Yogyakarta terus menarik wisatawan yang mencari oleh-oleh. 43 2) Potensi Pemasaran melalui Media Sosial Desain kemasan yang berbeda dari yang lain memiliki potensi tinggi untuk dipublikasikan oleh pengguna di platform media sosial seperti foto unboxing menciptakan peningkatan daya jual. 3) Pengembangan Produk Edisi Spesial Berkelanjutan Jika berhasil, konsep ini dapat dikembangkan menjadi seri edisi spesial yang mengangkat aspek budaya Yogyakarta lainnya, menciptakan loyalitas dan antisipasi konsumen. 4) Ekspansi Pasar melalui Platform Digital/Ekspor Keunikan produk dapat menarik minat pasar yang lebih luas di luar Yogyakarta, termasuk pasar internasional yang tertarik dengan budaya Indonesia, melalui penjualan online . d. Threats 1) Persaingan Tinggi di Pasar Oleh-Oleh Bakpia Keunikan produk dapat menarik minat pasar yang lebih luas di luar Yogyakarta, termasuk pasar internasional yang tertarik dengan budaya Indonesia, melalui penjualan online . 2) Ekonomi dan Daya Beli Konsumen Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi daya beli konsumen untuk produk-

produk premium. 3) Risiko Peniruan Konsep Keberhasilan desain yang unik selalu dihadapkan pada risiko peniruan oleh kompetitor 44 dengan kualitas yang mungkin lebih rendah namun harga lebih murah. 4) Keterbatasan dan Biaya Bahan Baku atau Tenaga Kerja Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku spesifik untuk papercraft atau tenaga kerja dengan keahlian khusus dapat menghambat produksi atau meningkatkan biaya. 5) Sensitivitas Harga pada Segmen Pasar Meskipun ditargetkan pada segmen premium, harga yang terlalu tinggi dapat menjadi penghalang signifikan bagi sebagian besar calon konsumen. 4.4 Analisa Model 5W+1H a. What Proyek ini adalah perancangan desain kemasan edisi spesial untuk produk Bakpia Pathok 25. Konsep utama menggunakan teknik layered papercraft art yang menampilkan ilustrasi budaya khas Yogyakarta. Elemen budaya yang diangkat tidak hanya terbatas pada visualisasi budayabta saja tetapi juga mencakup penyajian informasi mengenai budayanya. Struktur kemasan dirancang secara berlapis, terdiri dari satu kemasan luar sebagai kotak edisi spesial berbentuk persegi panjang yang pada bagian tutupnya diaplikasikan layered papercraft art . Di dalam kemasan sekunder akan terdapat dua unit kemasan di mana masing-masing kemasan primer akan menyajikan informasi lebih mendalam tentang salah satu tarian. Tujuan akhir dari perancangan ini adalah untuk 45 menciptakan sebuah produk oleh-oleh yang tidak hanya menawarkan bakpia, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa pengalaman visual dan kontribusi terhadap upaya pelestarian warisan budaya Yogyakarta. b. Why Sebagai upaya kreatif untuk memanfaatkan kemasan produk sebagai media pelestarian budaya Yogyakarta yang keberadaannya perlu terus didukung di tengah arus modernisasi. Pemilihan tema seni pertunjukan dan tradisi bertujuan untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat luas mengenai keindahan serta nilai filosofis dan historis di dalamnya. Penggunaan konsep layered papercraft art dipilih karena memberikan kesan premium dan keunikan visual . c.

Who Target audiens utama yang disasar adalah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, serta individu dengan minat khusus pada budaya dan desain, dengan rentang usia 18-30 tahun, dan berasal dari tingkat sosial ekonomi menengah hingga menengah ke atas, yang mencari oleh-oleh premium, unik, serta memiliki nilai cerita dan edukasi. Selain itu, terdapat target audiens sekunder yang mencakup masyarakat lokal Yogyakarta khususnya kalangan menengah ke atas yang bangga akan budayanya. Apabila direalisasikan menjadi produk nyata, pihak yang berpotensi terlibat dalam proses produksi meliputi produsen kemasan dengan keahlian khusus dalam teknik papercraft , pihak internal Bakpia Pathok 25 untuk aspek produk dan 46 pemasaran, serta kemungkinan pelibatan budayawan untuk memastikan akurasi konten budaya yang diangkat. Konsumen akhir adalah individu yang melakukan pembelian produk ini, baik untuk dikonsumsi pribadi, dijadikan oleh-oleh, hadiah, maupun sebagai barang koleksi. d. Where Budaya utama yang menjadi sumber inspirasi dan tema adalah Yogyakarta, Indonesia sebagai daerah asal produk Bakpia Pathok 25. Apabila produk hasil perancangan ini direalisasikan maka lokasi distribusi dan penjualan prioritas akan berada di toko oleh-oleh di Kota Yogyakarta, gerai-gerai resmi Bakpia Pathok 25, serta titik-titik strategis bagi wisatawan seperti bandara udara dan stasiun kereta api. Platform e-commerce juga akan dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar ke konsumen di luar Yogyakarta. e. When Proses perancangan desain kemasan ini dapat disesuaikan dengan momen-momen strategis. Peluncuran dapat dilakukan menjelang musim liburan atau periode puncak kunjungan wisatawan ke Yogyakarta untuk memaksimalkan eksposur dan penjualan. Bisa juga peluncuran bertepatan dengan penyelenggaraan event-event budaya penting di Yogyakarta, sehingga dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik produk. f. How Kemasan ini dirancang untuk berfungsi sebagai media pelestarian budaya dengan beberapa cara. 47 Pertama melalui visualisasi budaya

kota Yogyakarta menggunakan teknik layered papercraft . Budaya dihadirkan secara menarik dan mudah diakses. Kedua melalui aspek edukasi dengan menyajikan informasi mengenai budaya yang diangkat dalam desain kemasan. Untuk menarik target audiens strategi yang digunakan adalah kombinasi desain yang unik dan berbeda dari para pesaing. Penawaran pengalaman unboxing yang interaktif dan berkesan. 4.5 Strategi Perencanaan Media Strategi perancangan media ini bertujuan untuk mengoptimalkan penyampaian pesan dan nilai dari kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25, dengan fokus pada kemasan itu sendiri sebagai media utama serta didukung oleh media promosi digital yang sesuai dengan karakteristik target audiens, yaitu generasi muda berusia 18–30 tahun. 4.5.1Tujuan Media Pemilihan media kemasan bertujuan untuk meningkatkan fungsinya yang tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media edukatif. Kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 memberikan pengalaman membuka kemasan yang berkesan sekaligus menambah wawasan pembeli mengenai Kota Yogyakarta. kemasan yang dirancang berfungsi sebagai media interaktif yang menyampaikan informasi atau nilai-nilai edukatif kepada pembeli. 4.5.2Strategi Media Strategi media utama difokuskan pada optimalisasi fungsi setiap elemen kemasan, mulai dari ilustrasi budaya hingga penyajian informasi mengenai budaya yang diangkat. Sementara 48 itu, strategi media pendukung untuk promosi memanfaatkan media digital, mengingat target audiens utama berusia 18 hingga 30 tahun yang aktif di berbagai platform digital.
Strategi ini mencakup pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk penyebaran konten visual, serta pemasaran konten melalui situs web resmi Bakpia Pathok 25. 4.6 Moodboard Gambar 4. 3 mmoodboard Moodboard ini dirancang mengarah pada desain kemasan yang menggabungkan elemen Bakpia Pathok 25 dan Kota Yogyakarta dengan layered art dan palet warna yang cenderung hangat dan cerah. Mengkomunikasikan energi, keceriaan, dan tren

modern yang ingin ditampilkan pada kemasan Bakpia Pathok 25 sehingga memandu perancangan kemasan yang menarik bagi anak muda yang aktif dan dinamis. 49 4.7 Konsep Kreatif & Gaya Desain Konsep kreatif utama yang diusung dalam perancangan desain kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah cerita budaya dan tradisi Kota Yogyakarta dimasukan kedalam desain kemasan. Konsep ini menekankan kemasan bukan hanya sekadar wadah pelindung produk tetapi juga bisa menjadi media untuk menyampaikan pesan atau informasi yang mengedukasi sekaligus melestarikan warisan budaya Yogyakarta. penerapan teknik papercraft pada kemasan menjadi inti dari konsep kretif perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25. Teknik ini dipilih untuk menghadirkan ilustrasi budaya dan tradisi dalam bentuk tiga dimensi. Papercraft memungkinkan visualisasi yang kaya akan tekstur dan kedalaman, mengajak konsumen untuk merasakan keindahan visual bahkan sebelum produk utama dinikmati. penambahan cerita budaya di dalam kemasan menjadi penting untuk memperkaya pengalaman konsumen. Tidak hanya menampilkan visual budaya dan tradisi kemasan ini akan memuat informasi tambahan mengenai media 50 Gambar 4. 4 Bagian Depan Kemasan pendukung budaya yang akan di angkat. Kemasan dirancang menggunakan sistem kuncian. Penggunaan struktural ini bertujuan untuk mengurangi penggunaan lem dan mengoptimalkan penggunaan material kertas. Secara keseluruhan, konsep kreatif ini bertujuan untuk menciptakan sebuah kemasan yang multifungsi: sebagai pelindung produk berkualitas, sebagai karya seni mini yang menampilkan keindahan papercraft , sebagai media edukasi yang menyajikan cerita budaya, dan sebagai produk dengan desain struktural yang inovatif. Pengalaman membuka kemasan dirancang agar memberikan kesan yang menyenangkan dan menghubungkan kenikmatan rasa Bakpia Pathok 25 dengan apresiasi mendalam terhadap seni dan tradisi Kota Yogyakarta. 4.8 Konsep Visual (AISAS) a. Attention (Perhatian) Untuk menarik perhatian konsumen penerapan layered

papercraft art yang unik dan detail pada tutup kemasan dapat menjadi dayatarik utama. Efek tiga dimensi, kerumitan visual, serta bayangan yang dihasilkan oleh lapisan-lapisan kertas membedakan kemasan ini dari produk lain. Penggunaan palet warna yang kaya dan elegan, seperti dominasi merah marun yang dipadukan dengan aksen emas dan warna krem menciptakan tampilan yang mewah dan menarik pandangan. Ilustrasi seni tari dan tradisi budaya tradisional Yogyakarta mengkomunikasikan tema budaya dan keunikan produk. b. Interest (Ketertarikan) 51 Konsep visual dirancang untuk membangkitkan dan mempertahankan minat konsumen. Layered papercraft art akan menjadi fokus utama di tahap ini; kehalusan potongan, presisi lapisan, dan kerumitan ornamen akan mengundang konsumen untuk mengamati lebih dekat. Visual yang dihadirkan melalui ilustrasi yang dinamis dan elegan akan membangkitkan rasa ingin tahu mengenai cerita, makna, atau filosofi di baliknya. Tampilan kemasan yang tidak konvensional akan menciptakan pengalaman membuka kemasan yang istimewa serta produk berkualitas tinggi di dalamnya. Bagi konsumen yang memiliki keterkaitan dengan budaya Yogyakarta, visual ini akan membangkitkan koneksi emosional seperti nostalgia atau kebanggaan, sementara bagi yang belum familiar, akan memicu ketertarikan untuk mengenal budaya tersebut. c. Search (Pencarian) Konsep visual kemasan ini secara tidak langsung mendorong konsumen untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut secara langsung pada kemasan maupun melalui sumber eksternal. Keunikan desain juga dapat memotivasi konsumen untuk bertanya kepada staf penjualan atau mencari informasi tambahan secara online mengenai edisi spesial ini atau tentang budaya Yogyakarta yang direpresentasikan. d. Action (Tindakan) Kemasan ini akan menumbuhkan keinginan kuat untuk memiliki produk tersebut, baik untuk koleksi pribadi maupun sebagai hadiah istimewa yang sangat berkesan dan merepresentasikan cita rasa serta budaya 52 Yogyakarta. Ekspektasi akan pengalaman membuka

kemasan yang menyenangkan dan konten edukatif di dalamnya. fungsi lain kemasan tidak hanya sebagai pelindung makanan tetapi juga berpotensi sebagai pajangan atau kenang-kenangan. e. Share (berbagi) Konsep visual dirancang untuk mendorong konsumen berbagi pengalamannya. Desain layered papercraft art menjadikan kemasan ini sangat instagrammable dan ideal untuk dibagikan di berbagai platform media sosial, baik dalam bentuk foto produk maupun video proses unboxing . Konsumen tidak hanya akan berbagi produk makanan, tetapi juga cerita budaya yang mereka peroleh dari kemasan atau pengalaman unik saat berinteraksi dengan desainnya. Faktor kebanggaan karena memiliki atau menerima produk edisi spesial yang indah dan sarat makna budaya ini dapat menjadi pendorong kuat untuk berbagi. Keunikan produk ini juga berpotensi memicu percakapan dan rekomendasi dari mulut ke mulut baik secara daring maupun luring, di mana desain kemasan itu sendiri bisa menjadi topik diskusi yang menarik karena nilai seni dan inovasinya. 53 4.8.1Konsep Visual Gambar 4. 5 Kemasan Bakpia Pathok Edisi Tarian dan Tradisi Skaten Visual utama dari perancangan kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah ilustrasi tiga dimensi yang direalisasikan dengan teknik layered papercraft art pada permukaan tutup kemasan luar. Visual ini berfungsi sebagai titik fokus utama yang pertama kali menarik perhatian konsumen. ⊠ Warna Gambar 4 . 6Palet Warna illustrasi Palet warna didominasi oleh warna merah dan hijau yang menggambarkan masing masing desain kemasn, tradisi keraton, dan semangat. Warna ini dipadukan dengan aksen emas pada bingkai, detail ornamen, dan tipografi, yang secara 54 tegas memperkuat kesan premium dan elegan. Warna krem atau putih gading digunakan sebagai latar belakang sebagai warna dasar pada beberapa elemen ilustrasi, berfungsi untuk memberikan kontras, menonjolkan detail, dan menambah kesan bersih serta klasik. ⊠ Logo Gambar 4. 7 Logo Bakpia Premium Spesial Edition Bakpia Premium Special

Edition hadir sebagai identitas baru yang membedakan dari varian reguler. Dengan tipografi serif klasik yang tegas dan elegan, logo ini mencerminkan kualitas, tradisi, dan kepercayaan. Sentuhan script pada tulisan Special Edition menambahkan nuansa personal dan eksklusif. Didominasi oleh warna cokelat keemasan dan krem, logo ini memancarkan kesan premium, hangat, dan otentik merepresentasikan warisan cita rasa Bakpia Pathok 25. Kombinasi visual ini menegaskan bahwa produk ini bukan sekadar oleh-oleh biasa, tetapi perpaduan antara tradisi dan kemewahan, yang dirancang untuk menarik hati konsumen. Illustrasi 55 Gambar 4. 8 Kemasan Bagian Bali k Kemasan Teknik visual utama yang sangat menonjol adalah penggunaan ilustrasi berlapis yang menciptakan efek diorama tiga dimensi. Ini merupakan konsep layered papercraft art di mana figur-figur penari dan elemen dekoratif dipotong dan disusun secara berlapis untuk menghasilkan kedalaman dan bayangan. Layout Komposis i pada desain kemasan cenderung simetris atau seimbang. Elemen teks utama yaitu Bakpia Pathok 25 ditempatkan secara sentral dan menonjol dengan ornamen bergaya tradisional Jawa yang khas. Figur-figur penari berlapis disusun secara harmonis di sekeliling area kemasan. Keseluruhan area desain pada tutup dikelilingi oleh bingkai dekoratif dengan aksen warna emas berfungsi untuk menyatukan semua elemen dan memperkuat kesan mewah. Tipografi 56 Kombinas i antara font serif sebagai heading dan Inter sebagai body text (memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca). 4.8.2Tahapan Perancangan a. Pre-Design (Pra-Perancangan) Tahap pre-design diawali dengan pengumpulan data melalui studi literatur dan observasi. Tujuannya untuk memahami permasalahan dan potensi dari kemasan Bakpia Pathok 25. Dari sinilah muncul konsep kreatif utama, yaitu menghadirkan cerita budaya Yogyakarta dalam kemasan melalui pendekatan layered papercraft art yang mengedepankan nilai tradisi, kedalaman visual, dan eksplorasi bentuk kemasan. b. Design (Perancangan)

Perancangan dilakukan melalui pembuatan sketsa awal dari berbagai elemen desain seperti ilustrasi, layout, tipografi, dan struktur fisik kemasan. Warna utama yang digunakan adalah merah dan hijau untuk membedakan tema budaya yang diangkat, dipadukan dengan aksen coklat pada ornamen dan tipografi untuk memperkuat kesan premium. Ilustrasi budaya digambarkan menggunakan teknik papercraft, menghadirkan efek tiga dimensi yang menampilkan penari tradisional, keraton, alat musik gamelan, dan elemen budaya Yogyakarta lainnya. Komposisi desain dibuat simetris dan harmonis, dengan teks utama “Bakpia Pathok 25 diletakkan secara sentral dan dilengkapi ornamen khas Jawa. Tipografi menggunakan perpaduan antara font serif dan sans-serif. Desain struktur kemasan menggunakan sistem kuncian untuk 57 mengurangi penggunaan lem, menjadikan desain ini tidak hanya estetik tetapi juga ramah lingkungan. c. Post-Design (Pasca-Perancangan) Desain yang telah dikembangkan kemudian direalisasikan dalam bentuk mock-up dan prototipe fisik untuk melihat hasil visual secara nyata dan menguji fungsi struktur kemasan. Prototipe diuji dari aspek visual, kekuatan struktur, hingga pengalaman pengguna saat membuka kemasan. Setelah melalui tahap penyempurnaan, desain difinalisasi dengan melakukan perbaikan pada elemen visual seperti warna dan ilustrasi. 4.8.3Bentuk Kemasan a. Kemasan Primer 58 Gambar 4. 9 Kemasan Primer Dimensi kemasan: Tinggi :4,5 cm Lebar :14 cm Panjang :11 cm Pada bagian depan kemasan terdapat logo Bakpia Pathok 25 yang mempertegas identitas produk sebagai bagian dari merek Bakpia Pathok 25. Di sisi samping kemasan, terdapat logo Bakpia Premium yang menunjukkan bahwa produk ini merupakan edisi premium. Sementara itu pada bagian belakang kemasan disertakan informasi komposisi bahan, 59 serta logo halal dan BPOM sebagai penanda bahwa produk ini telah memenuhi standar keamanan dan kehalalan. b. Kemasan Sekunder Gambar 4. 10 Informasi Bagian Kemasan 60 Kemasan Sekundernya terdiri dari beberapa bagian kemasan

berikut adalah penjelasan perbagianya: Bagian pelindung kemasan Prime r Gambar 4. 11 Kemasan Primer dan Sekunder 61 Gambar 4. 12 Illustrasi Bagian Pelindung Kemasan Primer Bagian ini berfungsi untuk menjaga kemasan primer tetap tertutup, sekaligus menjadi tempat untuk menyampaikan ucapan terima kasih atas pembelian produk. Kertas Informasi 62 Gambar 4. 13 Illustrasi Kertas Daluang Kerta s daluang berisi informasi mengenai budaya yang diangkat dalam desain kemasan. Dengan adanya kertas ini, konsumen tidak hanya menikmati produk, tetapi juga memperoleh wawasan tentang budaya Yogyakarta. Selain itu tersedia barcode yang dapat dipindai dan langsung terhubung ke situs resmi Keraton Yogyakarta, yang menyajikan informasi lengkap seputar budaya Yogyakarta. Bagian Dala m Kemasan Sekunder Gambar 4. 14 Struktur Kemasan Bagian Dalam kemasan Sekunder Bagian Atas 63 Gambar 4. 15 Struktur Bagian Dalam Kemsan Sekunder Bagian Bawah Bagian ini berfungsi untuk menjaga agar kemasan primer tetap berada pada posisinya, sekaligus menjadi salah satu elemen struktural dalam keseluruhan desain kemasan. Bagian Luar Kemasan Sekunder 64 Gambar 4. 16 Bagia n Luar Kemasan Sekunder Bagian Bawah Gambar 4. 17 Bagian Luar Kemasan Sekunder Bagian Atas 65 Bagian ini berfungsi sebagai lapisan terluar kemasan yang menjadi pondasi untuk menjaga struktur agar tetap kokoh dan tidak berubah bentuk. Bagian Visual utam a Layeret Paper Craft Art Gambar 4. 18 Illustrasi Layerey Paper Craft Art Bagian ini berfungsi sebagai media visual utama yang terletak dibagian depan kemasan. c. Kemasan Tersier Gambar 4. 19 Kemasan Tersier 66 Berfungsi untuk memudahkan konsumen yang ingin membeli produk dalam jumlah besar. Satu kemasan tersier ini dapat menampung delapan kemasan Bakpia edisi spesial. Dilengkapi dengan handle di bagian atas untuk mempermudah konsumen dalam membawanya.

4.8.4Visual Pendukung Visual pendukung adalah elemen tambahan dalam desain kemasan yang menyempurnakan visual utama serta berfungsi

memperkuat pesan, suasana, dan pengalaman visual keseluruhan. Elemen ini mencakup ornamen, warna, logo, dan layout informasi. Berikut isi visual pendukun: Ornamen dan Bingkai Dekoratif: Motif-motif hia s bergaya tradisional Jawa yang terinspirasi dari ornamen gamelan digunakan untuk mengelilingi visual utama. Visual pendukung ini berfungsi untuk memperkuat nuasa tradisional memberikan struktur visual yang harmonis pada keseluruhan desain kemasan. 67 Gambar 4. 20 Illustrasi Line Art Palet Warna: Kombinasi warna domina n seperti merah marun, emas, dan krem, serta warna-warna pelengkap pada detail kostum penari. Palet warna ini secara konsisten diterapkan untuk membangun atmosfer yang sesuai dengan tema mewah, tradisional, hangat, dan moderen, serta menciptakan identitas visual yang kuat. Logo Merek Bakpia Pathok 25: Penempatan logo mere k yang sudah dikenal secara strategis. Ini berfungsi untuk memberikan jaminan kualitas dan identitas merek yang kuat, mengaitkan inovasi edisi spesial ini dengan reputasi dan kepercayaan yang telah dibangun oleh Bakpia Pathok 25. Tata Letak Informas i Tekstual: Penjelasan mengenai cara penyajian dan informasi gizi sebagai media pendukung untuk membantu konsumen untuk mendaparkan informasi yang lebih lengkap. 4.9 Konsep Verbal Bahasa yang digunakan pada perancangan kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah Bahasa Indonesia yang formal dan naratif. Tujuan penggunaan bahasa ini adalah untuk membangun pengalaman yang memperkaya secara intelektual dan emosional, bersifat edukatif, serta menciptakan kesan premium dan berkesan bagi konsumen. a. Kemasan Edisi Spesial Bakpia Pathok 25 Pembeda utama dari kemasan edisi spesial ini terletak pada integrasi mendalam antara desain visual yang artistik dengan narasi budaya yang edukatif. Desain visual utama pada tutup kemasan luar menampilkan ilustrasi Tari Serimpi dan Tari Angguk 68 yang direalisasikan dengan teknik layered papercraft art , menciptakan efek tiga dimensi yang memukau dan

menonjolkan nilai kerajinan tangan. Palet warna yang digunakan akan mengacu pada nuansa klasik keraton Yogyakarta (seperti merah marun, emas, krem, dan sentuhan warna kostum tari) untuk memperkuat kesan elegan dan otentik. 1) Kemasan Luar: Berbentuk persegi panjang berukuran: Panjang 28cm, Lebar 16cm, Tinggi 7cm, untuk menampung dua kotak di dalamnya. Selain visual papercraft pada bagian tutup kemasan, pada bagian dalam tutup kemasan akan tertera teks informatif mengenai alat dan tradisi pendukung. 2) Dua Kemasan Primer (Dalam): Di dalam kemasan luar, terdapat dua kotak kemasan premium reguler Bakpia Pathok 25. Masing-masing kotak ini akan didesain dengan elemen visual. Permukaannya akan memuat narasi yang lebih mendalam mengenai salah satu tema yang diangkat. 4.9.1Tagline/Slogan Tagline "Warisan dalam Setiap Sajian Istimewa ini dipilih karena menyiratkan bahwa setiap bakpia dalam kemasan premium ini membawa nilai warisan budaya. Berikut adalah penjabaran alasannya: 1. Mengangkat Nilai Budaya sebagai Warisan Kata "Warisan" secara langsung mengac u pada unsur budaya Yogyakarta yang diangkat dalam kemasan. 2. Menghubungkan Tradisi dan Produk Kuliner 69 "Setiap Sajian Istimewa merujuk pada bakpia sebagai produk kuliner khas Yogyakarta. Tagline ini menunjukan bahwa bakpia bukan hanya sekedar makanan tetapi juga bagian dari warisan Kota Yogyakarta. 3. Memberikan Kesan Premium dan Eksklusif Kata "Istimewa" memperkuat citra premium dari kemasa n edisi khusus ini. visual papercraft art menekankan bahwa produk ini bukan hanya untuk dikonsumsi tapi juga bisa sebagai cinderamata. 4.9.2Headline, Sub headline dan Bodycopy a. Headline: Warisan dalam Setiap Sajian Istimewa b. Subheadline: Menggambarkan keindahan tarian tradisional Yogyakarta dalam kemasan, dan menghadirkan rasa khas Bakpia Pathok 25 yang tak lekang oleh waktu. c. Body Copy: Bakpia Pathok 25 edisi spesial ini bukan hanya suguhan rasa, tetapi juga penghormatan terhadap budaya Jawa. Dengan desain kemasan bertema papercraft art, kami mengundang Anda

merasakan harmoni antara seni, sejarah, dan cita rasa dalam satu sajian istimewa. 4.9.3Tipografi/Jenis Huruf Tipografi berfokus pada pemilihan jenis huruf dan penataan teks untuk memperkuat pesan visual dan menciptakan kesan tertentu. a. Tipografi Utama Typeface: Cormorant Upright, DunhillScript 70 Jenis: Serif Karakteristik: 1) Elegan dan Klasik: Memiliki desain dengan kontras yang tinggi antara goresan tebal dan tipis, serta detail serif yang halus, menciptakan tampilan yang anggun, mewah, dan berkelas, mengingatkan pada tipografi era pencerahan namun tetap relevan untuk desain modern. 2) Berkarakter Kuat untuk Display: Dengan bentuk huruf yang khas dan estetis, sangat efektif digunakan sebagai huruf display untuk menarik perhatian dan memberikan pernyataan visual yang kuat. 3) Mendukung Nuansa Tradisional dan Premium: Estetikanya sangat selaras dengan tema warisan budaya Yogyakarta yang adiluhung dan konsep kemasan edisi spesial yang premium. Digunakan untuk: Nama Edisi b. Tipografi Pendukung Typeface: Inter Jenis: Sans serif Karakteristik: 1) Sangat Mudah Dibaca (Highly Legible): Memiliki bentuk huruf yang bersih, terbuka, dan proporsional, sehingga nyaman dibaca dalam ukuran kecil maupun untuk blok teks yang panjang, seperti narasi budaya atau informasi produk. 71 2) Netral, Modern, dan Bersahabat: Memberikan kesan modern, bersih, dan profesional tanpa menjadi kaku. Sifatnya yang netral membuatnya tidak bersaing secara visual dengan Tipografi Utama yang lebih dekoratif, melainkan mendukungnya. 3) Versatil dengan Ragam Ketebalan (Weights): Tersedia dalam berbagai pilihan ketebalan (dari Light hingga Black), memungkinkan fleksibilitas dalam menciptakan hierarki informasi yang jelas (misalnya, sub-judul, kutipan, teks isi). 4) Harmonis dengan Font Serif: Karakternya yang semi-rounded memberikan sentuhan hangat dan mampu berpadu secara harmonis dengan font serif elegan seperti Playfair Display. Digunakan untuk: Teks, Informasi produk, Catatan 4.10 Konsep Perancangan (Layout &

Komposisi) Konsep perancangan layout dan komposisi untuk kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman visual yang harmonis. 72 Gambar 4. 21 Konsep Layered Papercraft art Pada Kemasan Luar Permukaan utama, yaitu tutup kemasan, akan menjadi panggung utama bagi ilustrasi layered papercraft art Tari Serimpi dan Tari Angguk. Komposisi pada area ini akan dirancang cenderung simetris atau seimbang secara visual. Ilustrasi tarian akan ditempatkan secara sentral dan dominan, memenuhi sebagian besar area tutup untuk menciptakan visual yang maksimal dan langsung menarik perhatian. Logo "Bakpia Pathok 25" menggunakan desain yang bergaya tradisional menjadi fokus pada karya seni papercraft . Bingkai dekoratif dengan perpaduan budaya Tionghoa mengelilingi panel utama tutup, berfungsi untuk memperkuat kesan premium, membingkai visual utama, dan menambah kedalaman visual. 73 Gambar 4. 22 Kemasan Sisi-sisi lain dari kemasan luar akan dirancang dengan pendekatan yang lebih minimalis namun tetap selaras. Permukaan ini dapat menampilkan warna dari palet utama yaitu merah marun dengan aplikasi pola batik di dalamnya untuk menambah tekstur dan kesan mewah tanpa bersaing dengan visual utama pada tutup. Berat bersih, dan detail produsen akan ditempatkan di bagian belakang kemasan menggunakan tipografi yang elegan dan tata letak yang bersih. Bagian dalam tutup kemasan luar akan difungsikan sebagai ruang untuk menyajikan informasi edukatif. 74 Gambar 4. 23 Jari Jari kemasan Pada Kemasan Dalam Dua unit kemasan primer yang berada di dalam kotak edisi spesial akan dirancang dengan konsistensi visual terhadap kemasan luar, menggunakan palet warna, gaya tipografi, dan elemen ornamen yang serupa untuk menjaga kesatuan identitas. Fokus utama layout pada kemasan dalam adalah untuk penyajian narasi budaya yang lebih mendalam mengenai Tari Serimpi pada satu kemasan, dan Tari Angguk pada kemasan lainnya. Area teks akan diberikan ruang yang cukup

untuk kenyamanan membaca, dengan tata letak yang seimbang antara teks dan ilustrasi pendukung. Perancangan akan menerapkan prinsip-prinsip desain seperti hierarki visual yang jelas untuk mengarahkan perhatian konsumen secara bertahap, mulai dari elemen paling menonjol hingga detail informasi. Pemanfaatan ruang negatif secara efektif akan memastikan desain tidak terasa sesak dan menambah kesan 75 elegan. Semua elemen ini akan bekerja dalam kesatuan untuk menciptakan identitas visual yang kuat, dan secara otentik merefleksikan konsep Edisi Spesial Bakpia Pathok 25 sebagai Media Pelestarian Budaya Yogyakarta. 4.11 Penerapan Desain (Final Artwork) Perancangan ulang desain visual kemasan Bakpia Pathok 25 dibuat dalam bentuk prototipe mockup untuk memvisualisasikan konsep dan bentuk dasar dari kemasan edisi terbaru yang telah dirancang. Mockup atau prototipe digital ini dibuat menggunakan model 3D melalui software Blender, dengan menyesuaikan bentuk dasar kemasan khas Bakpia Pathok 25 . 76 Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten 77 Gambar 4. 25Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten 78 Gambar 4. 26Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten Gambar 4. 27Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta 79 Gambar 4. 29 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta 80 Gambar 4. 28 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta Gambar 4. 30 Illustrasi Kemasan Spesial Edition Bakpia Pathok 25 Gambar 4. 31 illustrasi Kemasan Spesial Edition Bakpia Pathok 25 81 BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Perancangan ulang desain kemasan Bakpia Pathok 25 Edisi Spesial dilakukan sebagai upaya untuk menjawab tantangan perubahan selera pasar, khususnya dari kalangan generasi muda yang lebih tertarik pada nilai visual dan pengalaman. Kemasan yang dirancang mengangkat konsep budaya Yogyakarta melalui pendekatan visual layered papercraft art sebagai media edukatif dan estetis. Hasil perancangan membuktikan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai

media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai budaya. Dengan menyisipkan ilustrasi, informasi budaya, dan elemen visual khas Yogyakarta, kemasan ini mampu memperkuat identitas produk sekaligus memberikan pengalaman interaktif yang berkesan bagi konsumen. Inovasi ini menjadi strategi yang tepat untuk mendongkrak daya tarik Bakpia Pathok 25 di tengah persaingan oleh-oleh modern, serta berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal. 5.2 Saran Untuk mencapai tujuan edukatif dalam perancangan kemasan Bakpia Pathok 25 Edisi Spesial, penting untuk menjaga keseimbangan antara visual yang menarik dan pesan budaya yang jelas. Penggunaan warna, ilustrasi, dan tipografi yang relevan harus dirancang secara harmonis agar mampu memperkuat narasi budaya Yogyakarta sekaligus memberikan pengalaman visual yang memikat. Untuk memastikan kemasan ini benar-benar sesuai dengan preferensi konsumen, khususnya 82 generasi muda, perlu dilakukan uji coba terbatas atau survei terhadap kelompok kecil dari target audiens. Umpan balik dari mereka akan sangat membantu dalam mengevaluasi elemen desain, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas, sebelum diproduksi dalam skala besar. Selain itu, agar pesan budaya yang diusung dapat menjangkau lebih luas, strategi komunikasi visual dapat diperluas ke media digital, seperti media sosial, katalog daring, atau bahkan melalui kampanye konten visual interaktif. Upaya ini dapat memperkuat positioning Bakpia Pathok 25 tidak hanya sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta, tetapi juga sebagai produk budaya yang relevan di era modern. Kolaborasi dengan pelaku kreatif seperti ilustrator budaya, desainer kemasan, atau pelestari budaya juga menjadi langkah strategis yang dapat menjamin keakuratan konten dan memperkaya nilai visual, sehingga pesan edukatif dalam kemasan benar-benar terasa otentik dan bermakna. 83 DAFTAR PUSTAKA -. (-). -. - , 9 -19. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/htt ps: //e-journal.uajy.ac.id/981/3/2EM16194.PDF Alberta, H., & Wijaya, L

. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. Jurnal Impresi , 1-14. 71 90 Bungin, B. (2007). 71 77 88 90 94 Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://e - journal.uajy.ac.id/981/3/2EM16194.PDF. (n.d.). Darisman, A. (2012, Oktober 2). Tinjauan Elemen Desain pada Dunia Seni. Humaniora , 622-631. Darmawanto, E. (2019). Desain Komunikasi Visual II: Perancangan Identitas Visual. Jepara: Unisnu Press. Fadhallah, R. (2020). Wawancara. Jakarta: UNJ Press. Fatoni, A. (2011). Metodologi Penelitian dan Teknik Penyususna Skripsi . Jakarta: Rineka Cipta. Frank H., M. (1996). 115 Color, Environment, and Human Response. New York: Van Nostrand Reinhod. Gabriel, M. (2019, September 2019). Video Color Grading 101: Basic Things You Need to Know . Retrieved from Contrastly: https://contrastly.com/video-color-grading-101- things-you-need-to-know / Goethe, J. W. (1970). Theory of Colours. (C. L. Eastlake , Trans.) Cambridge, Massachusetts, United States of America: MIT Press. Ismail, M. (2023, November 26). Studi Literatur: Pengertian, Ciri, dan Teknik Pengumpulan Data . Retrieved from 84 https:/ /ismailview.com/: https://ismailview.com/studi - literatur-pengertian-ciri-dan-teknik-pengumpulan-data/ Jubilee Enterprise. (2018). Desain Grafis Komplet. 8 35 62 88 89 93 101 114 Jakarta: Elex Media Komputindo. Levanier, J. (2023, Juni). Visual Identity: Everything You Need to Know About This Essential Aspect of Branding . Retrieved from 99designs.com: https://99designs.com/blog/logo- branding /visual-identity/ Luzar, L. C., & Monica. (2013). Peran Komunikas i Visual bagi Identitas Perusahaan. Humaniora , 528-538. Neysa, C. (2018, Desember 2). Pengaruh Industri Kreatif pada Perekonomian Indonesia . Retrieved from Kompasiana.com: https://www.kompasiana.com /zneysa/5c03f124ab12ae626a 075623/pengaruh-industri-kreatif-pada-perekonomian-indonesia Palupi, N. W. (2017). Analisis Efisiensi Biaya Operasional

Dalam Meningkatkan Profitabilitas (Studi Pada Home Industry Bistik Rolade Nurul Huda Di Gabus Pati). Repository IAIN Kudus .

Prihatmoko, S. (2023, Juni 26). Pentingnya Konsep Identitas Visual . Retrieved from Desain Grafis S1 STEKOM: https: //desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/PENT I NGNYA-KONSEP-IDENTITAS-VISUAL/ 4e5aa44b756d601224262f38039071afab8bf18a Putra, R. W. (2020). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan (1 ed.). (E. Risanto, Ed.) Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI). Retrieved from https://books.google.co.id/books? h l=id&lr=&id=yQwVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=re lated:Oo1UZ4XA-i8J:scholar.google.com/ &ots=za1VSoe3qH&sig=82-fo1H2ZChHSJCzSMSyi2ALnow&redir_esc=y#v=onepage &q&f=false 85

Radjasa, Y. (2003). Penerapan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengendalian internal sistem produksi pada PT X di Gedangan Sidoarjo. Digilib Ubaya .

Ramadhan, R. A., & Abidin, M. R. (2023). Perancangan Identitas Visual Sister's Kitchen Surabaya. Jurnal Barik , 103-116. Ramadhani, R. S. (2023, Oktober 16). Pengertian Warna . Retrieved from Medium: https://medium.com/@rizkasitir28/pengertian-warna- 55abcce550

28 Saebani, B. A. (2017). Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya. Bandung: CV Pustaka Setia. 98 Sanyoto, S. E. (2005). Dasar dasar Tata Rupa dan Desain. 98 Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

89 Sarwono, J. (2006). 27 58 71 89 101 109 Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. 27 89 Yogyakarta: Graha Ilmu. Setiawan, A., Rahmattullah, M., Ratumbuysang, M. F., Rizky, M., & Mustofa, A. (2021). Peningkatan Efektivitas Pembelajaran dengan Moodle sebagai Media Pembelajaran: Metode Literatur. Jurnal Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial , 1-9.

77 105 Sugiyono. (2004). 77 105 Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.

Thejahanjaya, D., & Yulianto, Y. H. (2022). Penerapan Psikologi Warna dalam Color Grading untuk Menyampaikan Tujuan Dibalik Foto. 24 Jurnal DKV Adiwarna: Universitas Kristen Petra . Tinarbuko, I. T. (2019). Desain

Komunikasi Visual: Berkomunikasi Lewat Tanda Visual. Yogyakarta: Penerbit Caps.

97 Tinarbuko, S. (2015). Dekave (Desain Komunikasi Visual): Penanda Zaman Masyarakat Global. Yogyakarta: Penerbit Caps. 86 Widi, S. (2022, Desember 19). Indonesia Miliki 131.414 Perusahaan Perdagangan pada 2021 . Retrieved from dataindonesia.id: https://dataindonesia.id /industri- perdagangan/detail/indonesia-miliki-131414-perusahaan-perdagangan-pada-2021 Widya, L. A., & Darmawan, A. J. (2016). Pengantar Desain Grafis. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan. Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Griya Sarana Label. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain , 235-246. 87

REPORT #27550153

Results

Sources that matched your submitted document.

IDENTICAL CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE
1. **4.82%** eprints.upj.ac.id
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9001/1/1.%20Pendahuluan.pdf

INTERNET SOURCE
2. **4.74%** eprints.upj.ac.id
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9021/32/PENDAHULUAN.pdf

INTERNET SOURCE
3. **0.93%** gurukesenian.blogspot.com
http://gurukesenian.blogspot.com/2015/11/teori-warna.html

INTERNET SOURCE
4. **0.88%** jptam.org
https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/23247/16008/39923

INTERNET SOURCE
5. **0.85%** lynarsyila.wordpress.com
https://lynarsyila.wordpress.com/2012/07/24/teori-brewster-teori-tentang-warn…

INTERNET SOURCE
6. **0.81%** epsoniablog.wordpress.com
https://epsoniablog.wordpress.com/2017/10/12/warna-teori-brewster/

INTERNET SOURCE
7. **0.72%** www.edupaint.com
http://www.edupaint.com/warna/505-read-110620-teori-warna-dan-ahlinya

INTERNET SOURCE
8. **0.72%** repository.pnj.ac.id
https://repository.pnj.ac.id/3026/1/Tugas%20Akhir%20Identitas%2C%20BAB%2…

INTERNET SOURCE
9. **0.71%** eprints.umm.ac.id
https://eprints.umm.ac.id/3355/1/PENDAHULUAN.pdf

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

10. **0.7%** jurnal.untan.ac.id
https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe/article/download/40670/7567658589..

INTERNET SOURCE

11. **0.66%** info.padiumkm.id
https://info.padiumkm.id/media/memahami-makna-di-balik-warna-dalam-bran...

INTERNET SOURCE

12. **0.62%** journal.stekom.ac.id
https://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/download/461/352

INTERNET SOURCE

13. **0.61%** eprints.upj.ac.id
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10609/6/PRAKATA.pdf

INTERNET SOURCE

14. **0.5%** scholarhub.ui.ac.id
https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1034&context=multikult...

INTERNET SOURCE

15. **0.49%** www.liputan6.com
https://www.liputan6.com/hot/read/5167663/kemasan-primer-adalah-kemasan...

INTERNET SOURCE

16. **0.48%** digilib.isi.ac.id
http://digilib.isi.ac.id/4556/8/JURNAL_1411962023.pdf

INTERNET SOURCE

17. **0.47%** media.neliti.com
https://media.neliti.com/media/publications/167371-ID-peran-dan-perkembang...

INTERNET SOURCE

18. **0.45%** eprints.unm.ac.id
https://eprints.unm.ac.id/25998/3/Bab%20II%20Eka.docx

INTERNET SOURCE

19. **0.43%** repository.untar.ac.id
http://repository.untar.ac.id/30302/4/625170031_Fiedel%20Ferdi%20Yehuda_0...

INTERNET SOURCE

20. **0.41%** winstarlink.com
https://winstarlink.com/pembagian-warna-dalam-desain-grafis/

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

21. **0.39%** repository.upstegal.ac.id
http://repository.upstegal.ac.id/8720/1/COVER-BAB3%20-%20Muhamad%20Sul...

INTERNET SOURCE

22. **0.38%** network.bepress.com
https://network.bepress.com/explore/arts-and-humanities/south-and-southeas...

INTERNET SOURCE

23. **0.38%** repository.upnjatim.ac.id
https://repository.upnjatim.ac.id/33544/1/20052010084.-cover.pdf

INTERNET SOURCE

24. **0.37%** repository.unissula.ac.id
http://repository.unissula.ac.id/37563/2/Teknik%20Industri_31601700011_fullp...

INTERNET SOURCE

25. **0.35%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/Documents/in/Student_Paper

INTERNET SOURCE

26. **0.34%** www.brainacademy.id
https://www.brainacademy.id/blog/menyusun-kata-pengantar

INTERNET SOURCE

27. **0.34%** rama.unimal.ac.id
https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/571/5/Skripi%20Khairun%20Nisa.pdf

INTERNET SOURCE

28. **0.31%** scholarhub.ui.ac.id
https://scholarhub.ui.ac.id/multikultura/vol3/iss3/5/

INTERNET SOURCE

29. **0.3%** repository.upnjatim.ac.id
https://repository.upnjatim.ac.id/2621/1/cover.pdf

INTERNET SOURCE

30. **0.29%** www.traveloka.com
https://www.traveloka.com/id-id/explore/culinary/rekomendasi-bakpia-terenak...

INTERNET SOURCE

31. **0.29%** lib-fisib.unpak.ac.id
https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1520&bid=16553

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

32. **0.29%** repository.unej.ac.id
https://repository.unej.ac.id/jspui/bitstream/123456789/101180/1/DEVYANI%20...

INTERNET SOURCE

33. **0.29%** www.kompasiana.com
https://www.kompasiana.com/mochtarfalakhi3691/680bb27134777c02bb05e2b...

INTERNET SOURCE

34. **0.28%** eprints.upj.ac.id
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3112/4/Daftar%20Isi.pdf

INTERNET SOURCE

35. **0.27%** ejournal.lapad.id
https://ejournal.lapad.id/index.php/PJPI/article/download/606/424/4756

INTERNET SOURCE

36. **0.27%** repository.dinamika.ac.id
https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4909/1/09390900010-2013-STIKOMS...

INTERNET SOURCE

37. **0.27%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/97607336/Strategi_Redaksi_SUARARIAUPOS_COM_...

INTERNET SOURCE

38. **0.26%** flexypack.com
https://flexypack.com/news/kemasan-primer-kemasan-sekunder-dan-kemasan...

INTERNET SOURCE

39. **0.26%** repository.mercubuana.ac.id
https://repository.mercubuana.ac.id/28995/7/0160311-104%20Rinto%20Basuki....

INTERNET SOURCE

40. **0.26%** eprints.untirta.ac.id
https://eprints.untirta.ac.id/1275/1/skripsi%20yudhi%20083164%20-%20Copy.p...

INTERNET SOURCE

41. **0.24%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/89596599/Dampak_Sosial_Perkembangan_Bakpia_...

INTERNET SOURCE

42. **0.24%** repository.pnj.ac.id
https://repository.pnj.ac.id/12073/1/Laporan%20TA_Frisca%20Putri%20Priscina...

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE
43. 0.23% www.gramedia.com
https://www.gramedia.com/literasi/warna-tersier/?srsltid=AfmBOoo_FJnZstVNc...

INTERNET SOURCE
44. 0.23% www.gramedia.com
https://www.gramedia.com/best-seller/macam-macam-warna/?srsltid=AfmBOo...

INTERNET SOURCE
45. 0.23% eprints.polsri.ac.id
http://eprints.polsri.ac.id/14453/1/Cover.pdf

INTERNET SOURCE
46. 0.23% www.academia.edu
https://www.academia.edu/Documents/in/Marketing_Communication

INTERNET SOURCE
47. 0.22% digilib.stekom.ac.id
https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_B8KEO9zqUActipqdykH...

INTERNET SOURCE
48. 0.22% repo.undiksha.ac.id
http://repo.undiksha.ac.id/21416/1/2102071010-COVER.pdf

INTERNET SOURCE
49. 0.22% repository.uinjkt.ac.id
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36174/1/RIDHA%20...

INTERNET SOURCE
50. 0.21% id.wikipedia.org
https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_Brewster

INTERNET SOURCE
51. 0.21% politanisamarinda.ac.id
https://politanisamarinda.ac.id/storage/media_pro/313/Pedoman-Penulisan-Tu...

INTERNET SOURCE
52. 0.21% repository.dinamika.ac.id
https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6868/1/18420100011-2023-UNIVERSI...

INTERNET SOURCE
53. 0.21% www.academia.edu
https://www.academia.edu/49007184/KEMASAN_SEBAGAI_MEDIA_KOMUNIKASI...

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

54. 0.21% repository.pnj.ac.id
https://repository.pnj.ac.id/11614/1/01%20Halaman%20Identitas%20Skripsi%2...

INTERNET SOURCE

55. 0.2% www.liputan6.com
https://www.liputan6.com/feeds/read/5875735/fungsi-warna-pengertian-jenis-d..

INTERNET SOURCE

56. 0.2% repository.mercubuana.ac.id
https://repository.mercubuana.ac.id/20769/49/1.%20Hal%20Cover.pdf

INTERNET SOURCE

57. 0.19% www.interstudi.edu
https://www.interstudi.edu/journal/index.php/journaldesain/article/download/...

INTERNET SOURCE

58. 0.18% eskripsi.usm.ac.id
https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2020/G.331.20.0125/G.331.20.0125-...

INTERNET SOURCE

59. 0.18% www.gramedia.com
https://www.gramedia.com/literasi/kemasan-sekunder/?srsltid=AfmBOoqMx_qL..

INTERNET SOURCE

60. 0.17% blog.localaris.com
https://blog.localaris.com/jenis-jenis-kemasan-produk/

INTERNET SOURCE

61. 0.17% digilib.uns.ac.id
https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/33270/ODEzNjQ=/Perancangan-Pro..

INTERNET SOURCE

62. 0.17% www.academia.edu
https://www.academia.edu/5314218/Perpustakaan_Digital_Mempengaruhi_Per...

INTERNET SOURCE

63. 0.16% www.idntimes.com
https://www.idntimes.com/food/dining-guide/5-fakta-unik-bakpia-yang-ternyat...

INTERNET SOURCE

64. 0.16% repository.uir.ac.id
https://repository.uir.ac.id/17276/1/188110058.pdf

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

65. **0.16%** repo.undiksha.ac.id
https://repo.undiksha.ac.id/9495/1/1802071021_COVER.pdf

INTERNET SOURCE

66. **0.15%** www.twinpackindonesia.com
https://www.twinpackindonesia.com/sejarah-kemasan/

INTERNET SOURCE

67. **0.15%** repository.pnj.ac.id
https://repository.pnj.ac.id/6255/1/Halaman%20Identias%20Skripsi_Abi%20Sad..

INTERNET SOURCE

68. **0.15%** repository.ummat.ac.id
https://repository.ummat.ac.id/7772/1/COVER%20-%20BAB%20III%20.pdf

INTERNET SOURCE

69. **0.14%** eprints.upj.ac.id
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10732/6/PRAKATA.pdf

INTERNET SOURCE

70. **0.14%** deb.sv.ugm.ac.id
https://deb.sv.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/98/2021/09/2025-Panduan-T..

INTERNET SOURCE

71. **0.14%** jurnal.iainponorogo.ac.id
https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/pustakaloka/article/download/2725..

INTERNET SOURCE

72. **0.14%** digilib.unila.ac.id
http://digilib.unila.ac.id/82754/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAH...

INTERNET SOURCE

73. **0.14%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/100130378/Perancangan_Identitas_Visual_PT_Kerta..

INTERNET SOURCE

74. **0.13%** www.goodnewsfromindonesia.id
https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/06/10/merek-dan-toko-bakpia-jo...

INTERNET SOURCE

75. **0.13%** paxel.co
https://paxel.co/id/berita-dan-promo/desain-kemasan-produk-pengertian-prins...

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE

76. **0.13%** repository.upi.edu
http://repository.upi.edu/130464/4/T_PD_2208603_Chapter3.pdf

INTERNET SOURCE

77. **0.13%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/57460358/Peningkatan_Efektivitas_Pembelajaran_d..

INTERNET SOURCE

78. **0.13%** digilib.itb.ac.id
https://digilib.itb.ac.id/gdl/summarize/40061

INTERNET SOURCE

79. **0.13%** akademik.stikma.ac.id
https://akademik.stikma.ac.id/wp-content/uploads/2017/03/Panduan-Penulisan..

INTERNET SOURCE

80. **0.13%** londofrk.wordpress.com
https://londofrk.wordpress.com/2013/05/17/sumber-dasar-dasar-tata-rupa-dan...

INTERNET SOURCE

81. **0.12%** padangjurnal.web.id
https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/165

INTERNET SOURCE

82. **0.12%** core.ac.uk
https://core.ac.uk/download/pdf/78032666.pdf

INTERNET SOURCE

83. **0.12%** www.liputan6.com
https://www.liputan6.com/feeds/read/5869420/jenis-warna-dasar-panduan-len...

INTERNET SOURCE

84. **0.12%** www.academia.edu
https://www.academia.edu/45606591/Kelas_D_LAPORAN_PRAKTIKUM_SISTEM_..

INTERNET SOURCE

85. **0.11%** repository.mercubuana.ac.id
https://repository.mercubuana.ac.id/91713/1/01%20COVER.pdf

INTERNET SOURCE

86. **0.11%** repository.ubharajaya.ac.id
http://repository.ubharajaya.ac.id/28282/1/201910415180_Yunik%20Findriantin...

REPORT #27550153

INTERNET SOURCE
87. 0.11% ojs.unida.ac.id
https://ojs.unida.ac.id/JIPH/article/download/12668/5154

INTERNET SOURCE
88. 0.11% www.aksa.stsrdvisi.ac.id
http://www.aksa.stsrdvisi.ac.id/index.php/aksa/article/download/17/16/65

INTERNET SOURCE
89. 0.11% www.academia.edu
https://www.academia.edu/112579887/Proceedings_International_Symposium_..

INTERNET SOURCE
90. 0.1% uin-malang.ac.id
https://uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualit...

INTERNET SOURCE
91. 0.1% repository.umsu.ac.id
http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/18059/1/REVISI-1-SKRIPSI-M...

INTERNET SOURCE
92. 0.09% repository.atmaluhur.ac.id
https://repository.atmaluhur.ac.id/bitstream/handle/123456789/259/6. Daftar Is...

INTERNET SOURCE
93. 0.09% lib.unnes.ac.id
https://lib.unnes.ac.id/34868/1/2411314017_Optimized.pdf

INTERNET SOURCE
94. 0.08% journal.aspirasi.or.id
https://journal.aspirasi.or.id/index.php/ASPIRASI/article/download/196/221

INTERNET SOURCE
95. 0.08% repository.unpas.ac.id
http://repository.unpas.ac.id/41056/2/BAGIAN%20AWAL.pdf

INTERNET SOURCE
96. 0.08% repository-penerbitlitnus.co.id
https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/80/1/METODOLOGI%20PENELIT..

INTERNET SOURCE
97. 0.08% publikasi.mercubuana.ac.id
https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada/article/download/15418/...

INTERNET SOURCE
98. **0.08%** www.theartsjournal.org
https://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/1694

INTERNET SOURCE
99. **0.07%** regional.kompas.com
https://regional.kompas.com/read/2022/05/04/122940378/sejarah-bakpia-oleh-...

100.
INTERNET SOURCE
0.07% repository.unhas.ac.id
http://repository.unhas.ac.id/43008/1/G021201004_skripsi_27-12-2024%20bab%..

101.
INTERNET SOURCE
0.07% www.academia.edu
https://www.academia.edu/38224700/Pengaruh_Pemanfaatan_Tekhnologi_Info..

102.
INTERNET SOURCE
0.06% eskripsi.usm.ac.id
https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2017/G.331.17.0022/G.331.17.0022-...

103.
INTERNET SOURCE
0.06% repository.atmaluhur.ac.id
https://repository.atmaluhur.ac.id/bitstream/handle/123456789/3903/BAB%20I...

104.
INTERNET SOURCE
0.06% repository.ampta.ac.id
https://repository.ampta.ac.id/2272/1/Immanuela%20Christa%20Delta,%20HAL...

105.
INTERNET SOURCE
0.05% jptam.org
https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/6187/5167/11729

106.
INTERNET SOURCE
0.05% www.bola.com

https://www.bola.com/ragam/read/5404244/pengertian-kemasan-produk-fungs..

107.
INTERNET SOURCE
0.05% repository.upi.edu
http://repository.upi.edu/77754/2/S_J0651_1802306_Murni%20Alimah_Bab%20..

109.
INTERNET SOURCE
0.04% ojs.unikom.ac.id
https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/download/13415/4769/

110.
INTERNET SOURCE
0.04% digilib.uns.ac.id
https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/53007/MjI1OTI2/Perancangan-Kem..

111.
INTERNET SOURCE
0.04% repository.mercubuana.ac.id
https://repository.mercubuana.ac.id/15418/1/Hal%20Cover.pdf

112.
INTERNET SOURCE
0.04% repo.undiksha.ac.id
https://repo.undiksha.ac.id/21310/1/2102071013-COVER.pdf

113.
INTERNET SOURCE
0.04% repository.universitaspahlawan.ac.id
http://repository.universitaspahlawan.ac.id/1897/1/Modul%20Perancangan%20..

114.
INTERNET SOURCE
0.03% media.neliti.com
https://media.neliti.com/media/publications/86248-ID-pengaruh-aida-attention...

115.
INTERNET SOURCE
0.03% mllatelier.com
https://mllatelier.com/blog/color-environment-human-response-by-frank-h-ma...

116.
INTERNET SOURCE
0.03% digilib.unimed.ac.id
https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/60988/6/1183311028_Daftar_Gambar.pdf

QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.09%** eprints.upj.ac.id
   https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9021/32/PENDAHULUAN.pdf