

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MINUMAN MEREK RAJAHE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK



Disusun oleh:

Paramita Anandakirana Raharja

21.L1.0021

Dosen Pembimbing:

Maya Putri Utami, S.Sn, M.Sn.

NPP : 058.1.2010.278

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MINUMAN MEREK
RAJAHE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Desain



Disusun oleh:

Paramita Anandakirana Raharja

21.L1.0021

Dosen Pembimbing:

Maya Putri Utami, S.Sn, M.Sn.

NPP : 058.1.2010.278

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Jahe merupakan salah satu tanaman biofarmaka dengan hasil panen tertinggi di Indonesia. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh Rajahe yang merupakan UMKM minuman bubuk jahe sejak 2001. Rajahe memiliki keunggulan berupa penggunaan jahe emprit tua sebagai bahan baku utama dan adanya 5 varian rasa yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Rajahe telah dipasarkan melalui swalayan dan *marketplace*, namun masih kurang dikenal luas oleh masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah kemasan yang sulit dibedakan antar varian rasa, visual yang kurang menarik, dan pernah mengalami kebocoran. Tujuan perancangan ini adalah meningkatkan daya tarik visual kemasan Rajahe agar produk memiliki daya saing dengan kompetitor. Perancangan menggunakan metode *design thinking* dengan analisis SWOT dan VIEW. Hasil perancangan berupa desain kemasan box *flip top* dan *sachet 4 side seal* dengan gaya desain modern vintage serta penggunaan warna-warna hangat. Penggunaan ilustrasi bertujuan untuk mendukung kesan alami dan klasik, sedangkan tipografi dominan sans serif untuk menampilkan kesan modern dan mudah dibaca.

Kata Kunci: Desain kemasan, minuman jahe, daya tarik visual

ABSTRACT

Ginger is one of the biopharmaceutical plants with the highest yield in Indonesia. This opportunity was utilized by Rajahe, an MSME producing ginger powder drinks since 2001. Rajahe has the advantage of using old emprit ginger as the main raw material and 5 flavor variants that can be adjusted to consumer tastes. Rajahe has been marketed through supermarkets and marketplaces, but is still not widely known by the public. One of the causes is the packaging that is difficult to distinguish between flavor variants, less attractive visuals, and has experienced leaks. The purpose of this design is to increase the visual appeal of Rajahe's packaging so that the product is competitive with competitors. The design uses the design thinking method with SWOT and VIEW analysis. The design results are in the form of a flip top box packaging design and 4 side seal sachets with a modern vintage design style and the use of warm colors. The use of illustrations aims to support a natural and classic impression, while the dominant sans serif typography displays a modern and easy-to-read impression.

Keywords: Packaging design, ginger drink, visual appeal