

LAPORAN PERANCANGAN

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN GUNA MENGENALKAN PRODUK KOPI BERAS 21 JOLLONG KHAS PATI



ELGA ANANDA PRISARTIKO

21.L1.0072

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

LAPORAN PERANCANGAN
PERANCANGAN DESAIN KEMASAN GUNA MENGENALKAN PRODUK
KOPI BERAS 21 JOLONG KHAS PATI

Diajukan Dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Desain



ELGA ANANDA PRISARTIKO

21.L1.0072

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di dunia, Salah satu produk kopi khas Pati yaitu kopi Jollong yang berasal dari lereng pegunungan Muria. Di Kabupaten Pati sendiri banyak sekali produsen kopi salah satunya adalah produsen kopi Narti Bowo. Salah satu produk unggulannya adalah KOPI BERAS 21 JOLLONG. KOPI BERAS 21 JOLLONG ini masih kurang populer Dengan perancangan desain kemasan diharapkan dapat menjadi media pengenalan untuk kopi lokal agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Metode Pada perancangan ini menggunakan 5 tahapan *Design Thinking* Yaitu *Emphatize*, *Define*, *ideate*, *prototype*, *test*. Perancangan desain kemasan ini agar produk KOPI BERAS 21 JOLLONG ini dapat meningkatkan daya jual produk sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar.

Kata Kunci : Kopi Beras 21 Jollong, Desain Kemasan, Kopi Lokal

Abstract

Indonesia is one of the largest coffee producers in the world. One of the specialty coffee products from Pati is Jollong coffee, which originates from the slopes of Mount Muria. In Pati Regency itself, there are many coffee producers, one of which is Narti Bowo coffee producer. One of their flagship products is KOPI BERAS 21 JOLLONG. KOPI BERAS 21 JOLLONG is still relatively unknown. Through packaging design planning, it is expected to serve as a medium to introduce this local coffee so that it becomes more widely recognized by the public. The design process uses the five stages of Design Thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. This packaging design aims to increase the marketability of KOPI BERAS 21 JOLLONG, thereby enhancing its competitive advantage in the market.

Keywords: Kopi Beras 21 Jollong, Packaging Design, Local Coffee