

TUGAS AKHIR
E-COMMERCE PACKAGING YANG RAMAH
LINGKUNGAN UNTUK PRODUK *SKINCARE*
MEREK WARDAH



Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

Tessa Revitasari

41919120015

PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Tessa Revitasari**
 Nomor Induk Mahasiswa : **41919120015**
 Jurusan/ Program Studi : **Desain Produk**
 Fakultas : **Fakultas Desain dan Seni Kreatif**

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 7 Juli 2022

Yang memberikan pernyataan,



Tessa Revitasari



**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA
KOMPREHENSIF LOKAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



Semester : Genap

Tahun Akademik : 2021/2022

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : **DESAIN E-COMMERCE PACKAGING YANG RAMAH LINGKUNGAN UNTUK PRODUK SKINCARE MEREK WARDAH**

Disusun Oleh

Nama : TESSA REVITASARI
NIM : 41919120015
Program Studi : Desain Produk
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Telah diajukan dan dinyatakan **LULUS** pada Sidang Sarjana Tanggal **07 JULI 2022**.

UNIVERSITAS
Pembimbing,
MERCU BUANA

Ali Ramadhan, S.Sn., M.Ds

Jakarta, 20 Juli 2022

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir

Junaidi Salam, S.Ds., M.Ds

Mengetahui,

Ketua Program Studi Desain Produk

Ali Ramadhan, S.Sn., M.Ds

DESAIN E-COMMERCE PACKAGING YANG RAMAH LINGKUNGAN UNTUK PRODUK SKINCARE MEREK WARDAH

Oleh:

Tessa Revitasari

Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Universitas Mercu Buana

tessa.revitasari93@gmail.com

ABSTRAK

Tingginya pembelian produk *skincare* merek Wardah berdampak pada meningkatnya sampah *e-commerce packaging*. Perancangan ulang *e-commerce packaging* merupakan langkah kongkrit untuk mengurangi dampak kemasan tersebut. Selain dirancang untuk mengamankan produk selama pengiriman, *e-commerce packaging* dirancang agar ramah lingkungan dan mudah dioperasikan pengguna, yaitu pihak bisnis, jasa ekspedisi, dan konsumen. Mengacu pada data *e-commerce packaging* yang dianalisis dengan menggunakan berbagai teori *e-commerce packaging*, teori kemasan ramah lingkungan berbasis Sustainable Packaging Alliance (SPA), teori bentuk kemasan, berbagai *best practice*, dan sketsa analisis. Sehingga diketahui aspek fungsi, sistem, dan estetika yang dapat memenuhi tujuan perancangan. Konsep *e-commerce packaging* terdiri dari 3 komponen, yaitu kemasan terluar, *box insert* modular, dan stiker segel kemasan. Konsep dibuat dengan memperhatikan berbagai aspek dalam kemasan. Dimensi yang dirancang optimal, efektif dan efisien. Bentuk, struktur, pola, dan bahan yang ditentukan dengan memperhatikan kemampuan mekanis, siklik dan bersih. Serta desain visual yang informatif dan memudahkan pengguna dalam mengoperasikan kemasan. Sehingga menghasilkan *e-commerce packaging* yang mampu menjawab permasalahan perancangan.

Kata kunci: *e-commerce*, kemasan pengiriman, kemasan ramah lingkungan, Interaksi pengguna – kemasan, optimalisasi kemasan

ECO-FRIENDLY E-COMMERCE PACKAGING DESIGN FOR WARDAH SKINCARE PRODUCTS

By:

Tessa Revitasari

Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Universitas Mercu Buana

tessa.revitasari93@gmail.com

ABSTRACT

The high number of purchases for Wardah's skincare products is affecting the increase of e-commerce packaging waste. E-commerce packaging redesign is a concrete step to reducing the effect of the packaging. Besides of designed to secure the product during shipping, e-commerce packaging is designed to be eco-friendly and easy to operate by users, namely business side, expedition services, and consumers. According to e-commerce packaging data that analyzed using any theories, such as e-commerce packaging theory, green packaging theory based on Sustainable Packaging Alliance (SPA), packaging shape theory, best practices, and analysis sketch. So that the function, system, and aesthetic aspects are known to complete the purposes of design. The concept of e-commerce packaging is consist of 3 components, namely outer packaging, modular box insert, and packaging seal sticker. The concept is made by consideration of many aspects of packaging. The dimension that is designed as optimal, effective, and efficient. The form, structure, pattern, and material that is chosen by considering the mechanical ability, cyclic, and cleanness. Also, the visual design is informative and eases the user while operating the packaging.

Keywords: *e-commerce, e-commerce packaging, green packaging, user-packaging interaction, packaging optimization*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Desain E-commerce Packaging yang Ramah Lingkungan untuk Produk Skincare Merek Wardah”. Laporan disusun untuk melengkapi persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir dan kelulusan program sarjana desain produk.

Selama menyusun laporan ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan oleh berbagai pihak. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak, yaitu:

1. Bapak Ali Ramadhan, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Desain Produk
2. Bapak Junaidi Salam, S.Ds., M.Ds. selaku koordinator tugas akhir.
3. Suami dan keluarga yang telah memberi dukungan dan mendoakan kelancaran pelaksanaan tugas akhir.
4. Segenap teman – teman angkatan 36 program studi desain produk yang selalu memberi dukungan moral kepada penulis.

Penulis menyadari atas ketidaksempurnaan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Meski begitu, penulis berharap laporan ini dapat menjadi referensi dan memberi manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 7 Juli 2022

Tessa Revitasari

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Perancangan	1
1.2. Judul Dan Interpretasi Judul	3
1.3. Tujuan Perancangan	4
1.4. Permasalahan Perancangan	4
1.5. Manfaat Perancangan	4
II. METODE PERANCANGAN	6
2.1. Orisinalitas	6
2.2. Kelompok Pengguna Produk	14
2.3. Skema Proses Kerja	16
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	18
3.1. Kelompok Data Berkaitan Dengan Aspek Fungsi Produk Rancangan	18
3.2. Kelompok Data Berkaitan Dengan Aspek Sistem Produk Rancangan	26
3.3. Kelompok Data Berkaitan Dengan Aspek Estetika Produk Rancangan	68
3.4. Kelompok Data Berkaitan Dengan Aspek Pembiayaan Produk Rancangan	99
IV. KONSEP PERANCANGAN	100
4.1. Konsep Dasar	100
4.2. Konsep Ukuran	101
4.3. Konsep Bentuk	106
4.4. Konsep Mekanik	109
4.5. Konsep Material	117

4.6.	Konsep Visual	119
V.	DESAIN FINAL DAN PAMERAN	124
5.1.	Desain Final	124
5.2.	Konsep Pameran	142
5.3.	Respon Pengunjung	143
VI.	KESIMPULAN	147
	DAFTAR PUSTAKA	149
	LAMPIRAN	155



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data fungsi komponen e-commerce packaging saat ini.....	18
Tabel 3. 2 Pola model kemasan.....	30
Tabel 3. 3 Sistem penguncian tiap model kemasan.....	32
Tabel 3. 4 Sketsa Analisis Penguncian.....	34
Tabel 3. 5 Macam – macam metode printing.....	40
Tabel 3. 6 Macam – macam die cutting.....	41
Tabel 3. 7 Macam – macam finishing.....	42
Tabel 3. 8 Data dimensi kemasan terluar dan perbandingan volume kapasitas dengan volume produk.....	43
Tabel 3. 9 Data antropometri tangan.....	47
Tabel 3. 10 Analisis bahan penyusun e-commerce packaging.....	48
Tabel 3. 11 Analisis bahan berdasarkan aspek green packaging.....	60
Tabel 3. 12 Sketsa Analisis Cushioning Material.....	62
Tabel 3. 13 Sketsa analisis komponen perekat.....	66
Tabel 3. 14 Sketsa analisis bentuk kemasan terluar.....	69
Tabel 3. 15 Sketsa analisis bentuk sisi pada pola.....	76
Tabel 3. 16 Warna pada kemasan terluar e-commerce packaging.....	79
Tabel 3. 17 Data elemen visual pada e-commerce packaging.....	85
Tabel 3. 18 Simbol handling mark.....	87
Tabel 3. 19 Simbol label ekologis.....	89
Tabel 3. 20 Biaya Perancangan.....	99
Tabel 4. 1 Ukuran Sampel Box Insert.....	104
Tabel 4. 2 Uji coba mockup kemasan terluar.....	112
Tabel 4. 3 Konsep ikon dan gambar.....	120
Tabel 5. 1 Respon Pengunjung Pameran.....	143
Tabel 5. 2 Tanggapan penulis dalam pameran.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 E-commerce packaging produk merek Wardah	7
Gambar 2. 2 E-commerce packaging produk merek Avoskin	8
Gambar 2. 3 E-commerce packaging produk merek Rose All Day	10
Gambar 2. 4 E-commerce packaging produk merek The Body Shop	11
Gambar 2. 5 E-commerce packaging produk merek By Lizzie Parra (BLP)	13
Gambar 3. 1 Skema proses pengiriman paket SiCepat Ekspres	21
Gambar 3. 2 Kondisi e-commerce packaging Wardah yang mengalami kerusakan	27
Gambar 3. 3 Bentangan kemasan terluar produk wardah (atas) dan avoskin (bawah).....	28
Gambar 3. 4 Bentangan kemasan terluar produk Rose All Day (kiri) dan By Lizzie Parra (kanan).....	29
Gambar 3. 5 Bentangan kemasan terluar produk The Body Shop.....	30
Gambar 3. 6 Skema produksi e-commerce packaging	40
Gambar 3. 7 Sketsa celah dan pengisian produk pada e-commerce packaging merek Wardah	45
Gambar 3. 8 Sketsa aksesibilitas kemasan	46
Gambar 3. 9 Sketsa tangan	47
Gambar 3. 10 Box insert yang terbuat dari kraft board (a), corrugated board kraft linerboard (b), dan corrugated board white bleached linerboard (c).....	65
Gambar 3. 11 Selotip kertas gum (a) dan dispenser khusus (b).....	67
Gambar 3. 12 Bahan stiker kertas kraft dan contoh penerapannya dengan metode potong kiss cut.....	68
Gambar 3. 13 Sketsa model e-commerce packaging saat ini	69
Gambar 3. 14 Sketsa galur (flute) untuk sisi melengkung.....	72
Gambar 3. 15 Jig atau fixture untuk merakit e-commerce packaging berkonsep arcwise	73
Gambar 3. 16 Sketsa kemasan terluar produk Wardah	73
Gambar 3. 17 Pembagian bentuk pola RSC.....	74
Gambar 3. 18 Pembagian bentuk pola tap lock roll end	74
Gambar 3. 19 Pembagian bentuk pola roll end tuck front	75
Gambar 3. 20 Tampilan website Wardah.....	81
Gambar 3. 21 Diagram warna yang paling disukai wanita (kiri) dan warna yang paling tidak disukai wanita (kanan)	82
Gambar 3. 22 Skema warna tosca dan penerapannya pada bahan (kiri), dan skema warna tosca yang memiliki paduan kontras yang mampu terbaca (kanan).....	84
Gambar 3. 26 Sketsa tata letak pada kemasan merek Wardah dan Avoskin	92
Gambar 3. 27 Sketsa tata letak pada kemasan RSC.....	93

Gambar 3. 28 Sketsa tata letak pada kemasan merek Rose All Day.....	94
Gambar 3. 29 Sketsa tata letak pada kemasan merek The Body Shop...	94
Gambar 3. 30 Sketsa tata letak pada kemasan merek By Lizzie Parra (BLP).....	95
Gambar 3. 31 Sketsa tata letak pada kemasan model folder box / mailer box.....	96
Gambar 4. 1 Variasi kemungkinan penempatan produk (kiri) dan pengaruh posisi penempatan produk terhadap volume dan luas material yang diperlukan (kanan)	102
Gambar 4. 2 Contoh penempatan produk secara vertikal (kiri) dan secara horizontal (kanan)	102
Gambar 4. 3 Sketsa Bentuk <i>box insert</i> (kiri), <i>box insert</i> khusus <i>blister</i> (tengah), dan <i>box insert</i> khusus <i>sachet</i> (kanan)	106
Gambar 4. 4 <i>Mockup box insert</i> berbagai model	107
Gambar 4. 5 Sketsa eksplorasi bentuk kemasan terluar.....	108
Gambar 4. 6 Konsep bentangan kemasan terluar	108
Gambar 4. 7 Lubang dan <i>flap box insert</i>	110
Gambar 4. 8 Penguncian penahan <i>box insert</i>	111
Gambar 4. 9 Sistem potongan dan lipatan pada bagian penahan pada <i>box insert</i>	111
Gambar 4. 10 Sistem penguncian <i>box insert</i> kategori <i>blister</i>	111
Gambar 4. 11 Sistem penguncian dinding <i>self-lock</i> berganda depan....	114
Gambar 4. 12 Sistem penguncian dinding <i>corner lock</i> (a) dan sketsa penerapannya pada perancangan (b).....	115
Gambar 4. 13 Sketsa penguncian dinding berganda belakang sisi luar	116
Gambar 4. 14 Penguncian sudut melingkar.....	116
Gambar 4. 15 Sistem penguncian penutup.....	117
Gambar 4. 16 <i>Corrugated board</i> jenis <i>kraft linerboard</i>	117
Gambar 4. 17 Stiker kertas kraft	118
Gambar 4. 18 Tampilan website resmi Wardah (atas) dan contoh tampilan produk skincare rangkaian UV Shield, Lightening, dan Acnederm (bawah)	119
Gambar 4. 19 Tampilan gaya huruf <i>Century Gothic</i>	120
Gambar 4. 20 Ilustrasi <i>outline</i> bunga mawar dan daun.....	121
Gambar 4. 21 Skema warna dan contoh penerapannya.....	122
Gambar 4. 22 Sketsa tata letak kemasan terluar.....	123
Gambar 5. 1 Tampak atas dan samping kemasan terluar saat sudah dirakit	124
Gambar 5. 2 Cutting line bentangan kemasan terluar.....	124
Gambar 5. 3 Detail potongan bentangan kemasan terluar	125
Gambar 5. 4 Creasing line bentangan kemasan terluar.....	126
Gambar 5. 5 Preview box insert jenis FCB, bottle, dan tube (terakit).....	126
Gambar 5. 6 Bentangan Box insert FCB 15 ml	126
Gambar 5. 7 Bentangan Box insert FCB 20 gr	127
Gambar 5. 8 Bentangan Box insert FCB 20 ml	127

Gambar 5. 9 Bentangan Box insert FCB 30 gr	127
Gambar 5. 10 Bentangan Box insert FCB 30 ml	128
Gambar 5. 11 Bentangan Box insert FCB 40 ml	128
Gambar 5. 12 Bentangan Box insert FCB 100 ml	128
Gambar 5. 13 Bentangan Box insert bottle 50 ml	128
Gambar 5. 14 Bentangan <i>Box insert bottle</i> 60 ml	129
Gambar 5. 15 Bentangan Box insert bottle 100 ml	129
Gambar 5. 16 Bentangan Box insert bottle 125 ml	129
Gambar 5. 17 Bentangan Box insert tube 50 ml	129
Gambar 5. 18 Bentangan Box insert tube 60 ml	130
Gambar 5. 19 Bentangan Box insert tube 100 ml	130
Gambar 5. 20 Preview box insert jenis blister (terakit)	130
Gambar 5. 21 Bentangan box insert blister 8 ml	130
Gambar 5. 22 Bentangan box insert blister 22 gr	131
Gambar 5. 23 Bentangan box insert blister 30 ml	131
Gambar 5. 24 Bentangan box insert blister 35 ml	131
Gambar 5. 25 Bentangan box insert blister 40 ml	131
Gambar 5. 26 Preview box insert sachet (terakit)	132
Gambar 5. 27 Bentangan box insert sachet 20 ml	132
Gambar 5. 28 Cetak bentangan kemasan terluar sisi luar (kiri) dan sisi dalam (kanan)	133
Gambar 5. 29 Detil desain visual sisi luar	133
Gambar 5. 30 Cetak stiker segel	134
Gambar 5. 31 Gambar Situs pengolahan sampah kemasan, laman home (a), laman pengomposan (b), dan laman pengolahan / upcycle (c)	135
Gambar 5. 32 Tampak atas kemasan terluar	135
Gambar 5. 33 Tampak depan isometri kemasan terluar	135
Gambar 5. 34 Tampak belakang isometri kemasan terluar	135
Gambar 5. 35 Tampak dalam kemasan terluar	136
Gambar 5. 36 Tampak dalam kemasan terluar dengan box insert dan produk	136
Gambar 5. 37 Gambar 3 dimensi box insert berbagai jenis kemasan produk	138
Gambar 5. 38 Tampak atas kemasan terluar	139
Gambar 5. 39 Tampak isometris sisi depan kemasan terluar	139
Gambar 5. 40 Tampak isometris sisi belakang kemasan terluar	139
Gambar 5. 41 Detil sambungan kemasan terluar	140
Gambar 5. 42 Kemasan memungkinkan variasi paket produk skincare	140
Gambar 5. 43 Komponen e-commerce packaging	141
Gambar 5. 44 Sampel box insert yang dirancang menyesuaikan kontur kemasan terluar produk skincare	141
Gambar 5. 45 Detil sistem pada box insert	141
Gambar 5. 46 Variasi box insert	142
Gambar 5. 47 Konsep pameran tugas akhir	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Produk dan Ukuran Kemasan Produk Skincare	155
Lampiran 2. Dokumentasi Pameran.....	159
Lampiran 3. Kartu Asistensi	161
Lampiran 4. Keterangan Hasil Sidang TA.....	163

