

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan Kasih Anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan thesis dengan judul “PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN *YOUNG LIVING ESSENTIAL OIL*”.

Dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan lulus Pendidikan tinggi Desain Komunikasi Visual Sarjana Seni, thesis ini telah diriset dan disusun sesuai dengan apa yang penulis telah pelajari selama duduk di bangku perkuliahan. Kiranya dengan adanya thesis tersebut, dapat berguna dan membantu juga.

Pada kesempatan ini, penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada Bapak Chandra Djoko Zuki, S.Sn., M.Ds. dan Ibu Dra. Rerry Isfandriani yang merupakan dosen pembimbing. Saya juga berterima kasih kepada orang tua dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada saya.

Meskipun thesis ini mungkin dapat memiliki kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, saya berharap untuk menerima saran dan kritik. Saya harap thesis ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Tangerang, 20 Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

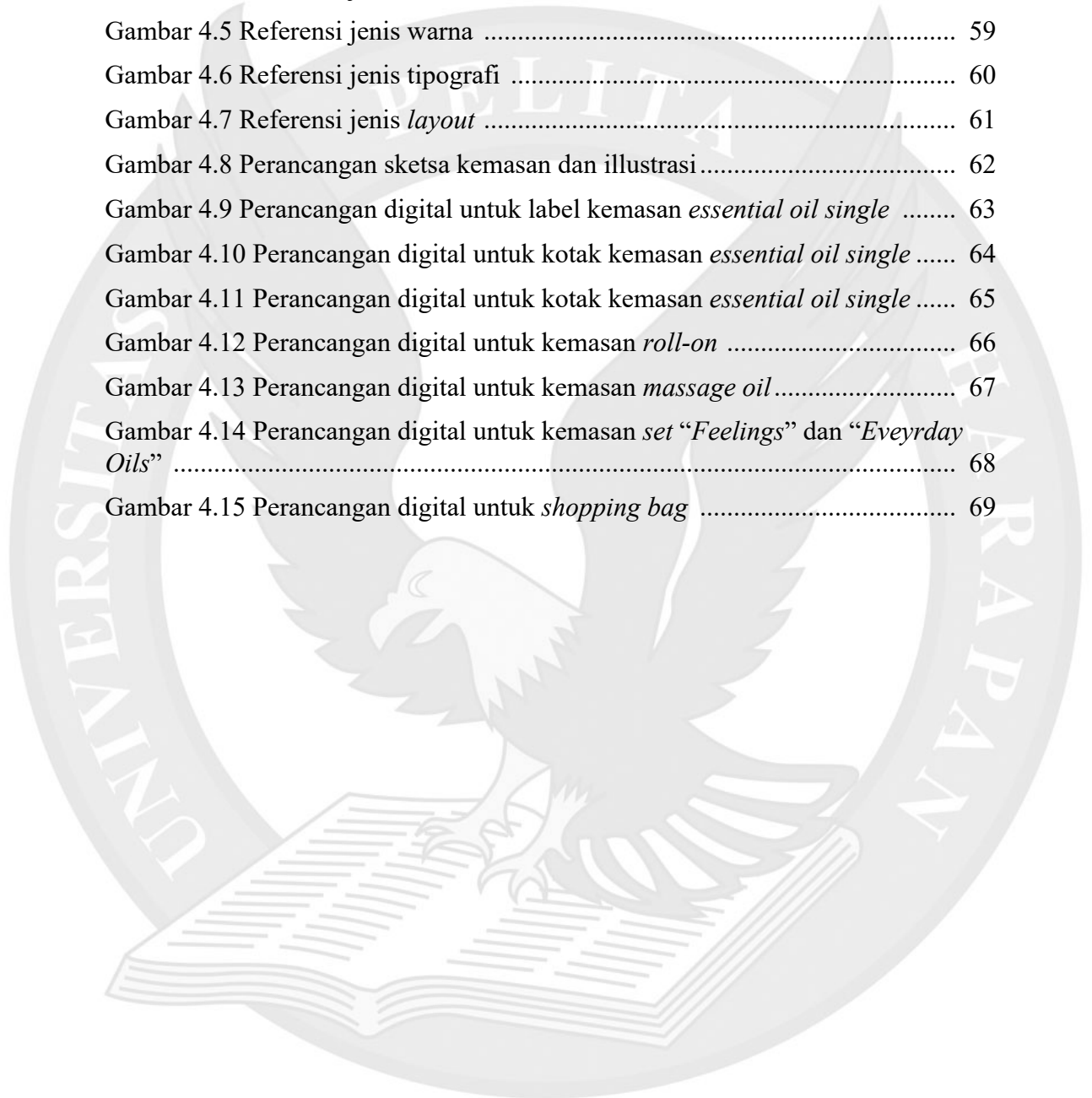
	halaman
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II PEMBAHASAN KONSEP DAN TEORI</b> .....	8
2.1 Kemasan .....	8
2.2 Tingkat Kemasan .....	9
2.3 Desain Kemasan .....	10
2.4 Elemen Visual Desain Kemasan .....	10
2.5 Elemen Desain Grafis .....	16
2.6 Prinsip Desain Grafis .....	21
2.7 Prinsip <i>Gestalt</i> .....	25
2.8 Teori Warna <i>Brewster</i> .....	29
2.9 Teori Skema Warna .....	29
2.10 Teori Psikologi Warna .....	30
2.11 Teori Klasifikasi Tipografi .....	39
2.12 Teori Sistem <i>Modular Grid</i> .....	39

<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Waktu dan Tempat Perancangan .....	40
3.2 Metode Perancangan .....	40
3.3 Analisis Data .....	44
3.3.1 Analisis Produk .....	44
3.3.2 Data Perusahaan .....	46
3.3.3 Analisis Pendukung.....	48
3.4 Kesimpulan Analisis Data .....	49
<b>BAB IV STRATEGI PERANCANGAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Strategi Kreatif .....	50
4.2 Kata Kunci ( <i>Keyword</i> ) .....	51
4.3 Strategi Media .....	56
4.4 Strategi Visual .....	58
4.4.1 Ilustrasi .....	58
4.4.2 Warna .....	59
4.4.3 Tipografi .....	60
4.4.4 <i>Layout</i> .....	61
4.4.5 Tekstur .....	62
4.4.6 Elemen Grafis .....	63
4.4.7 Fotografi .....	64
4.5 Proses Perancangan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3 Saran 1.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

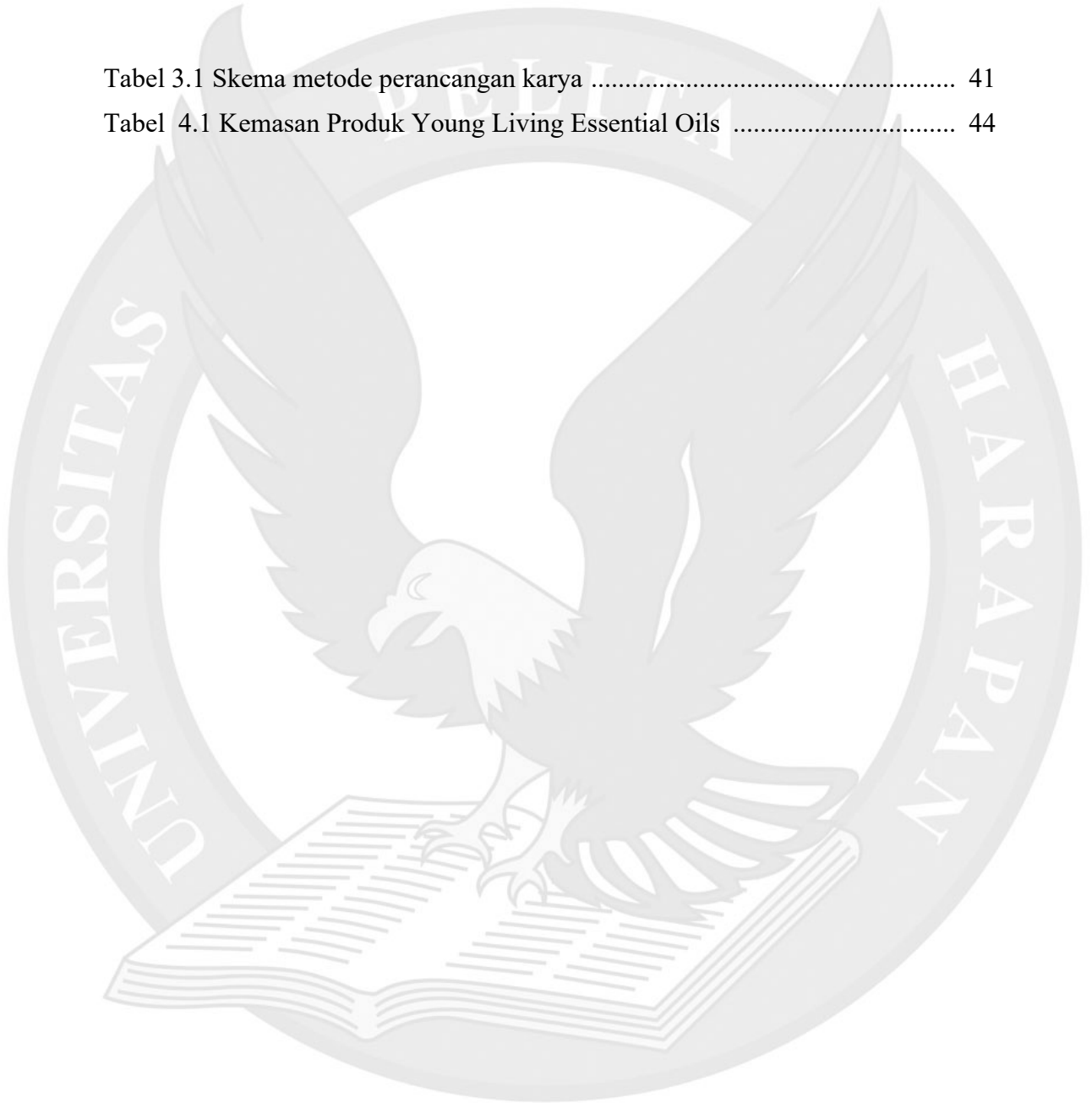
	halaman
Gambar 1.1 Produk Young Living essential oil .....	5
Gambar 2.1 Penerapan warna sebagai elemen visual .....	11
Gambar 2.2 Penerapan <i>layout</i> sebagai elemen visual .....	12
Gambar 2.3 Penerapan tipografi sebagai elemen visual .....	13
Gambar 2.4 Penerapan fotografi sebagai elemen visual .....	14
Gambar 2.5 Penerapan ilustrasi sebagai elemen visual .....	15
Gambar 2.6 Contoh aplikasi <i>line</i> sebagai elemen desain grafis .....	16
Gambar 2.7 Contoh aplikasi <i>shape</i> sebagai elemen desain grafis .....	17
Gambar 2.8 Contoh aplikasi <i>space</i> sebagai elemen desain grafis .....	18
Gambar 2.9 Contoh aplikasi <i>texture</i> sebagai elemen desain grafis.....	19
Gambar 2.10 Contoh aplikasi <i>size</i> sebagai elemen desain grafis.....	20
Gambar 2.11 Contoh aplikasi keseimbangan sebagai prinsip desain grafis .....	21
Gambar 2.12 Contoh aplikasi <i>emphasis</i> sebagai prinsip desain grafis .....	22
Gambar 2.13 Contoh aplikasi proporsi sebagai prinsip desain grafis .....	23
Gambar 2.14 Contoh aplikasi kesatuan sebagai prinsip desain grafis .....	24
Gambar 2.15 Contoh aplikasi teori <i>gestalt simiilarity</i> .....	25
Gambar 2.16 Contoh aplikasi teori <i>gestalt proximity</i> .....	26
Gambar 2.17 Contoh aplikasi teori <i>gestalt continuation</i> .....	27
Gambar 2.18 Contoh penerapan warna putih .....	30
Gambar 2.19 Contoh penerapan warna hitam .....	31
Gambar 2.20 Contoh penerapan warna biru .....	32
Gambar 2.21 Contoh penerapan warna merah .....	33
Gambar 2.22 Contoh penerapan warna hijau .....	34
Gambar 2.23 Contoh penerapan warna jingga .....	35
Gambar 2.24 Contoh penerapan warna kuning .....	36
Gambar 2.25 Contoh penerapan warna ungu .....	37
Gambar 2.26 Contoh penerapan warna merah muda.....	38

Gambar 4.1 Eskplorasi kata kunci .....	51
Gambar 4.2 Moodboard Natural .....	53
Gambar 4.3 Moodboard <i>Simplicity</i> .....	55
Gambar 4.4 Referensi jenis ilustrasi .....	58
Gambar 4.5 Referensi jenis warna .....	59
Gambar 4.6 Referensi jenis tipografi .....	60
Gambar 4.7 Referensi jenis <i>layout</i> .....	61
Gambar 4.8 Perancangan sketsa kemasan dan ilustrasi .....	62
Gambar 4.9 Perancangan digital untuk label kemasan <i>essential oil single</i> .....	63
Gambar 4.10 Perancangan digital untuk kotak kemasan <i>essential oil single</i> .....	64
Gambar 4.11 Perancangan digital untuk kotak kemasan <i>essential oil single</i> .....	65
Gambar 4.12 Perancangan digital untuk kemasan <i>roll-on</i> .....	66
Gambar 4.13 Perancangan digital untuk kemasan <i>massage oil</i> .....	67
Gambar 4.14 Perancangan digital untuk kemasan <i>set “Feelings” dan “Eveyrday Oils”</i> .....	68
Gambar 4.15 Perancangan digital untuk <i>shopping bag</i> .....	69



## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 3.1 Skema metode perancangan karya .....	41
Tabel 4.1 Kemasan Produk Young Living Essential Oils .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lembaran Monitoring .....	45

