



## **PENERAPAN KONSEP ECO-FRIENDLY PADA KEMASAN KAIN ECOPRINT ZEE COLLECTION**

**Dwi Agnes Natalia Bangun, MRR. Tiyas Maheni, Anggi Anggarini, Mutiara Dewi  
Ramadanti, Dera Arbianti, Dhiya Fairuz**

Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta

\*Email: [dwi.agnes@grafika.pnj.ac.id](mailto:dwi.agnes@grafika.pnj.ac.id)

---

### **Informasi Artikel**

### **Abstrak**

#### **Kata kunci:**

desain kemasan, eco-  
friendly, kain ecoprint

Diterima: 2024-11-05

Disetujui: 2024-12-13

Dipublikasikan: 2025-  
01-14

UMKM pengrajin batik Eco Print binaan Komunitas Sahabat UMKM memiliki masalah yaitu kemasan yang digunakan kurang mendukung nilai produk. Kemasan masih menggunakan plastik dan paper bag sehingga kurang merepresentasikan citra produk yang berkelas dan belum menunjukkan bahwa batik eco print merupakan produk yang eksklusif dengan harga premium. Hal ini menyebabkan batik ecoprint kurang memiliki daya saing. Dengan kondisi kemasan tersebut, pelaku UMKM sering mendapatkan hambatan atau kendala ketika mendapatkan pesanan untuk souvenir perusahaan maupun ketika mengikuti event pameran produk. Solusi yang diberikan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan merancang desain kemasan yang inovatif dan mampu merepresentasikan produk yang unik dan berkelas, diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk batik eco print. Rencana kegiatan yang diusulkan adalah: 1) penggalan data kebutuhan kemasan produk batik eco print yang akan menjadi landasan konsep desain kemasan; 2) pengembangan konsep struktur dan surface kemasan melalui serangkaian tahapan proses desain; 3) pembuatan mock up cetak kemasan untuk testing struktur dan surface kemasan; 4) produksi cetak kemasan box dengan material hard box; 5) penyerahan kemasan kepada pelaku UMKM. Dengan rangkaian kegiatan tersebut, maka tujuan yang akan dicapai adalah UMKM akan memiliki desain kemasan yang mampu merepresentasikan produk batik ecoprint, dapat memberikan kontribusi positif terhadap pemasaran batik ecoprint dengan memperbaiki desain kemasan agar nampak berkelas dan lebih menarik secara visual sehingga daya saing produk menjadi meningkat, serta membantu UMKM mengurangi hambatan atau kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk akibat desain kemasan yang kurang mendukung.

### **Abstract**

---

Eco Print batik craftsmen UMKM fostered by the Sahabat UMKM Community have a problem, namely that the packaging used does not support the value of the product. The packaging still uses plastic and paper bags so that it does not represent a classy product image and does not show that eco print batik is an exclusive product with a premium price. This causes eco print batik to be less competitive. With these packaging conditions, UMKM actors often encounter obstacles or constraints when getting orders for company souvenirs or when participating in product exhibition events. The solution provided through this community service activity is to design an innovative packaging design that is able to represent a unique and classy product, which is expected to increase the selling power of eco print batik products. The proposed activity plan is: 1) data mining on the packaging needs of eco print batik products which will be the basis for the packaging design concept; 2) development of the concept of the structure and surface of the packaging through a series of design process stages; 3) making a mock up of printed packaging for testing the structure and surface of the packaging; 4) production of printed box packaging with hard box material; 5) delivery of packaging to UMKM actors. With this series of activities, the goal to be achieved is that MSMEs will have a packaging design that is able to represent ecoprint batik products, can provide a positive contribution to the marketing of ecoprint batik by improving the packaging design to make it look classy and more visually attractive so that product competitiveness increases, and help MSMEs reduce obstacles or constraints faced in product marketing due to less supportive packaging designs.

---

## PENDAHULUAN

Seni batik, merupakan kekayaan warisan budaya Indonesia yang penuh dengan keindahan dan keunikan. Dalam perkembangannya seni tekstil mengalami inovasi dengan munculnya batik eco print yaitu perpaduan antara seni tradisional dengan kekayaan alam. Eco print berasal dari kata eco atau ekosistem, yang merujuk pada lingkungan biologis atau alam, dan print berarti percetakan. Batik eco print merupakan varian batik yang menggunakan pewarna alami dari tanin, warna daun, akar, atau batang yang diterapkan pada kain, kemudian kain tersebut direbus. Dengan kata lain, batik eco print adalah jenis batik yang pembuatannya melibatkan penjiplakan daun yang kemudian direbus. Proses menjiplak dan memasak daunnya mirip dengan langkah pembuatan batik sehingga disebut batik eco print (Hudah, 2024).

Batik eco print memiliki daya tarik yang khas dan mendapatkan kepopuleran (Sleman, 2019) dikarenakan beberapa hal, yaitu selain mempertahankan sentuhan tradisional, setiap potongan kain adalah unik karena memiliki pola yang berbeda, dan penggunaan pewarna alami yang ramah lingkungan. Dalam era kepedulian terhadap lingkungan, produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan-bahan organik cenderung mendapatkan dukungan dan minat yang lebih besar sehingga tidak heran jika kain eco print dijual dengan harga yang kompetitif tergantung jenis bahan kain yang digunakan.

Akan tetapi, meskipun produk ini banyak diminati, terdapat masalah yaitu kemasan yang digunakan kurang mendukung nilai produk, seperti yang dialami oleh anggota Komunitas Sahabat UMKM yang memproduksi batik eco print, yaitu Zee Collection. Brand Zee Collection adalah brand yang memproduksi kain premium dengan motif botani asli, menggunakan serat alami yang dapat diaplikasikan pada kulit, kertas, atau bahan serat alami lainnya. Kain yang disediakan adalah katun, rayon, sutra, kanvas, dan dobby yang dipilih dari serat alami lalu dibuat dengan tangan oleh perajin lokal untuk menghasilkan motif yang unik dan tak ada duanya. Zee Collection berkomitmen untuk tidak hanya menciptakan kain yang indah dan berkualitas tinggi, tetapi juga kain ramah lingkungan yang aman bagi kesehatan dan planet kita, karena Zee Collection menggunakan bahan yang berasal dari mineral alami tanpa pewarna sintetis.

Kemasan produk kain ecoprint Zee Collection masih menggunakan plastik dan paper bag sehingga kurang merepresentasikan citra produk yang berkelas dan eksklusif dengan harga premium. Dengan kondisi kemasan tersebut Zee Collection sering mendapatkan hambatan atau kendala ketika mendapatkan pesanan untuk souvenir perusahaan maupun ketika mengikuti event pameran produk.

Desain kemasan memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran, karena dapat menciptakan identitas produk, meningkatkan daya tarik visual, memberikan kesan eksklusif, sehingga sangat berpengaruh terhadap nilai jual produk dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk (Fiana et al., 2022) (Permata et al., 2018) (Nugrahani, 2015). Kemasan adalah hasil dari proses pengemasan atau pelindung yang digunakan untuk melindungi barang dagangan (Hantoro & Soewito,

2018). Namun, menurut Klimchuk (Klimchuk & Krasovec, 2013), kemasan dianggap sebagai realisasi akhir dari proses pengemasan itu sendiri. Desain kemasan merupakan istilah yang luas yang mencakup atribut fungsional yang didesain secara teknis (misalnya, ergonomi, ketahanan, daur ulang) dan atribut visual dari kemasan (Orth & Malkewitz, 2008). Seiring perkembangan zaman, pemikiran, dan kompleksitas industri yang semakin tinggi, pemahaman tentang nilai-nilai fungsional dalam desain kemasan juga mengalami peningkatan yang signifikan.

Kemasan saat ini belum sepenuhnya mencerminkan kualitas dan keunikan produk, yaitu produk yang ramah lingkungan, padahal seharusnya kemasan untuk produk ramah lingkungan juga semestinya kemasan yang ramah lingkungan (Bangsa, 2023). Pengrajin batik eco print seringkali memiliki keterbatasan pengetahuan dan sumber daya untuk merancang kemasan yang menarik dan merepresentasikan produk. Untuk menunjukkan kesan yang elegan, struktur kemasan yang akan dirancang yaitu kemasan box untuk melindungi dan menjaga produk (Hariyanto et al., 2022). Tidak hanya secara struktur, namun juga penyajian informasi terkait produk batik eco print yang ramah lingkungan juga perlu dipertimbangkan.

Komunitas Sahabat UMKM berusaha bekerja sama dengan pihak-pihak yang mempunyai visi misi yang sama untuk mengembangkan UMKM. Banyak sekali pelaku UMKM, tapi cukup menyedihkan kalau perkembangannya yang besar tidak diikuti dengan pembinaan dan pendampingan yang baik khususnya dalam bidang kemasan. Dengan persaingan bisnis yang ketat, UMKM harus berinovasi dan berkompetisi dalam menciptakan branding dan desain kemasan yang inovatif dan kreatif untuk menarik perhatian pasar dan konsumen (Setiawan, 2013). Melalui kerja sama dengan Komunitas Sahabat UMKM, kegiatan pengabdian masyarakat dengan Skema PPIKBK ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif kepada para pengrajin batik eco print, khususnya Zee Collection, dalam meningkatkan nilai tambah produk mereka. **Prioritas pemecahan masalah yang dilakukan** yaitu perancangan desain kemasan yang inovatif dan mampu merepresentasikan produk yang unik dan berkelas, diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk batik eco print.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh dosen dengan melibatkan mahasiswa menggunakan metode sebagai berikut:

1. Pengumpulan data kebutuhan desain kemasan UMKM Zee Collection melalui wawancara dengan pemilik usaha, observasi produk kain ecoprint dan media kemasan sebelumnya.
2. Brainstorming konsep desain kemasan dan pembuatan moodboard untuk referensi desain

- kemasan dengan tim PkM dan pemilik usaha.
3. Pembuatan desain kemasan meliputi visualisasi alternatif struktur dan surface desain kemasan dengan mempertimbangkan ukuran produk, material kemasan, dan citra brand yang ingin direpresentasikan.
  4. Produksi prototype kemasan dengan mencetak mock up cetak kemasan untuk mengetahui bentuk struktur dan fitur kemasan juga melihat kesesuaian surface pada kemasan.
  5. Pengujian desain kemasan dengan pemilik usaha untuk mendapatkan feedback terkait desain kemasan juga untuk menguji apakah produk kain dapat masuk dengan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan mitra Zee Collection mengenai desain kemasan yang digunakan sebelumnya juga kebutuhan desain kemasan yang diinginkan. Dari hasil survey dan wawancara, didapatkan bahwa kemasan yang digunakan sebelumnya menggunakan kerdus dengan stiker label seperti pada gambar 1. Kemasan ini hanya dapat membungkus satu produk kain ecoprint yang dilipat kecil yang kemudian diikat dengan tali rami. Kemasan ini dinilai kurang merepresentasikan kualitas produk ecoprint yang premium.



*Gambar 1. Kemasan Awal*

### 2. Perancangan Desain Kemasan

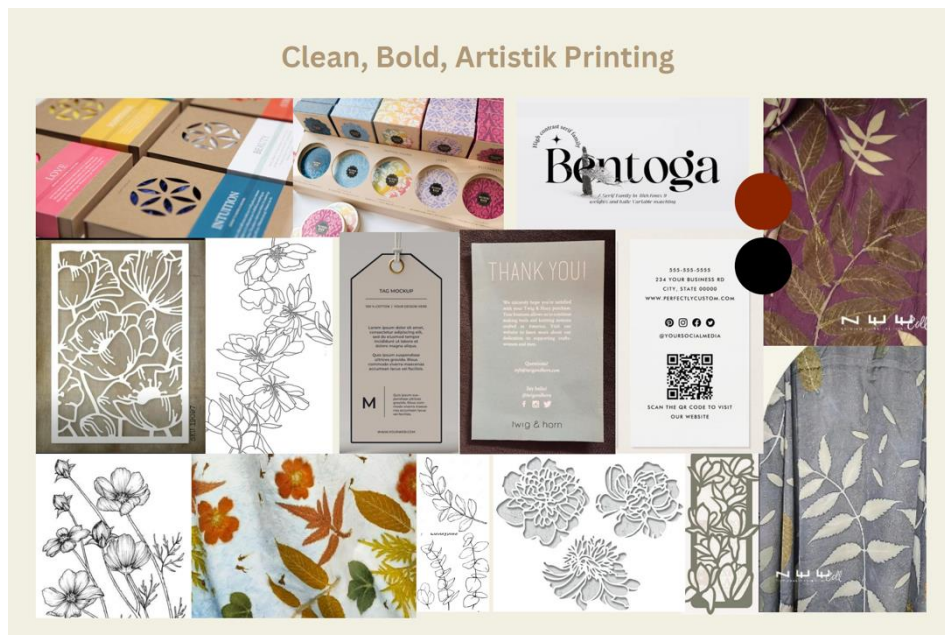
Perkembangan desain kemasan terjadi dalam tiga kategori utama, yaitu: (1) Pertimbangan kenyamanan/pragmatis, (2) Kesehatan/kesejahteraan, dan (3) Ekologi/daur ulang. Ketiga aspek ini memiliki nilai yang tinggi bagi konsumen (Jiménez-Guerrero et al., 2015). Dalam hal ini, Holdway et al. (2002) menyatakan bahwa kemasan memiliki dampak yang sangat penting pada tiga dimensi fundamental: ekonomi, sosial, dan lingkungan (Holdway et al., 2002). Pembuatan desain kemasan batik eco-print dilakukan dengan pendekatan eco-design, untuk menghasilkan kemasan berkonsep ramah lingkungan, yang sejalan dengan konsep produk batik itu sendiri.

Menurut penelitian Nguyen (2020), salah satu dimensi utama bagi kemasan ramah lingkungan menurut perspektif konsumen adalah penggunaan material. Beberapa kriteria material ramah lingkungan, diantaranya: *biodegradable*, *non-toxic*, mudah diurai, *reusable*, *recyclable* dan *paper-based*. Selain material, dimensi lainnya dari kemasan ramah lingkungan terkait dengan daya tarik pasar. Konsumen berharap kemasan yang ramah lingkungan juga memiliki desain permukaan yang menarik, performa fungsional yang baik, dan harga yang sesuai. Dalam hal desain grafis, konsumen tertarik dengan gambar-gambar berwarna yang terdapat pada kemasan. Selain itu, konsumen merasa tidak puas dengan penampilan sederhana dari kemasan berbahan dasar kertas (yang dianggap ramah lingkungan dalam penelitian yang dilakukan oleh A.T. Nguyen et al (2020)). Hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam merancang kemasan yang ramah lingkungan agar dapat menarik perhatian pembeli (Nguyen et al., 2020).

Perancangan desain kemasan untuk Zee Collection dimulai dari brainstorming konsep desain kemasan untuk Zee Collection. Berdasarkan hasil diskusi dan analisis produk, didapatkan bahwa konsep tema desain yang akan diangkat yaitu *clean*, *bold*, dan *artistic painting*. Material yang akan digunakan yaitu kertas kraft yang dipertimbangkan sebagai material kemasan yang ecofriendly. Struktur kemasan yang akan dirancang yaitu kemasan box berukuran 33cm x 10cm x 8cm dengan die cut berbentuk tanaman yang digunakan sebagai bahan baku eco print.

#### **a. Mood Board**

Konsep ini kemudian divisualisasikan dalam bentuk moodboard untuk menunjukkan referensi visual kemasan box, seperti yang dapat dilihat pada gambar 2. Pada moodboard ini ditampilkan referensi die cut pada kemasan box kraft yang berbentuk bunga, ilustrasi dengan style outline, referensi layout yang dapat dilihat pada label tag, pattern-pattern bunga, referensi tipografi dan warna. Konsep clean ditampilkan melalui layout dengan banyak white space dan minim ornamen. Konsep bold ditampilkan dari warna merah dan font dengan ukuran besar. Konsep artistic painting ditampilkan melalui ilustrasi bunga-bunga yang artistic dengan style outline.



Gambar 2. Moodboard Design Tone and Manner

Moodboard yang kedua menampilkan referensi struktur kemasan, yaitu kemasan berbentuk kotak dengan die cut pada fasad depan dan dengan fitur handle. Beberapa referensi struktur kemasan dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Moodboard Struktur Kemasan

Moodboard ketiga yaitu referensi material kemasan, yaitu material kertas kraft, cardboard, yang dipilih karena memiliki karakter material yang ramah lingkungan. Beberapa referensi material kertas ini dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. MoodBoard Material Kemasan

#### b. Desain Die Cut

Grafis visual untuk die cut pada kemasan dibuat dengan menggunakan tanaman-tanaman yang merupakan bahan baku untuk warna ecoprint pada kain Zee Collection, yaitu Biden, Pilosa, Kosmos, Yerba, Bidara, Eucaliptus. Desain die cut ini mengalami beberapa revisi, yaitu penebalan bentuk tanaman untuk menghindari salah potong pada saat cetak. Bentuk tanaman dibuat cukup besar agar menjadi window pada kemasan agar konsumen dapat melihat produk.

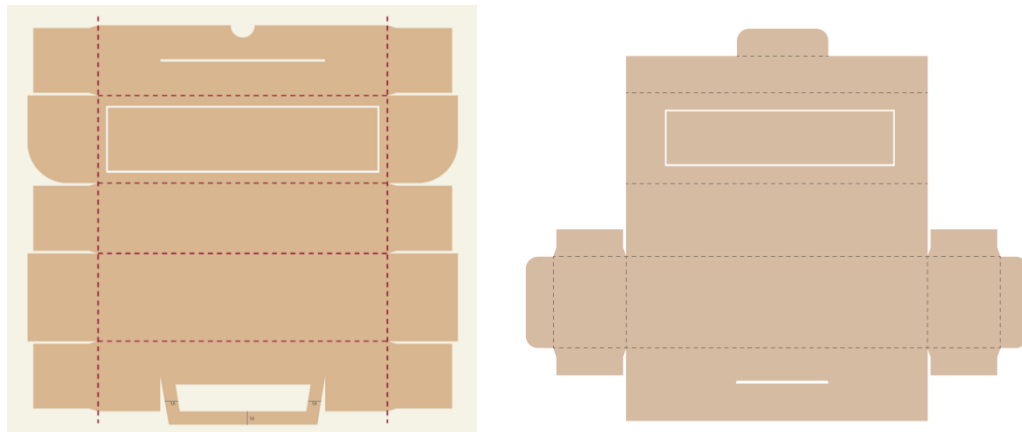


Gambar 5. Desain Die Cut

#### c. Alternatif Struktur Kemasan

Kemasan dibuat dalam struktur box yang memanjang dengan ukuran 33cm x 10cm x 8cm, dengan pertimbangan agar mudah dipegang dan dapat menjadi wadah bagi kain Zee

Collection yang dilipat memanjang. Pada struktur kemasan, dibuat dua alternatif struktur, yaitu kemasan dengan handle dan tanpa handle (pegangan tangan), seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Alternatif Struktur Kemasan

Telah dilakukan juga pencarian alternatif material kemasan yang sesuai dengan konsep kemasan, yaitu samson kraft liner dan card board, seperti pada gambar 7. Setelah beberapa pertimbangan, kemudian diputuskan untuk menggunakan material kraft dengan gramasi 400gsm.



Gambar 7. Material Kertas

#### d. Alternatif Desain Kemasan

Pada struktur kemasan yang telah dibuat kemudian diimplementasikan desain die cut dan copywriting pada kemasan Zee Collection seperti yang dapat dilihat pada gambar 8. Desain die cut ditampilkan pada panel desain utama sebagai window untuk melihat produk kain ecoprint. Grafis bunga dan tanaman ditempatkan pada beberapa sisi untuk mendukung unity desain. Desain dibuat satu warna untuk mendukung konsep ecofriendly, yang rencananya akan dicetak sablon. Informasi tentang kontak Zee Collection ditempatkan di satu panel samping.



Gambar 8. Alternatif Desain Surface Kemasan

### 3. Mock Up Cetak Alternatif Desain

Kedua desain alternatif kemasan dicetak untuk melihat bentuk dan struktur kemasan. Tujuannya adalah untuk melihat ukuran kemasan secara *real size*, meninjau keterbacaan teks dan penempatan elemen gambar dan teksnya. Material kemasan untuk prototype awal ini masih menggunakan material art carton karena yang ingin dilihat baru bentuk secara keseluruhan saja. Setelah dicetak, dipilihlah kemasan alternatif kedua (kanan) dengan pertimbangan: 1) adanya fitur handle akan memudahkan konsumen membawa kemasan; 2) warna hitam pada elemen dirasa lebih cocok dengan warna kertas coklat; 3) pembagian area die cut di bagian fasad depan memiliki komposisi yang lebih estetis. Namun demikian, perlu ada perbaikan desain pada beberapa bagian, yaitu: 1) fitur handle dibuat dengan struktur bergelombang menyesuaikan bentuk tangan yang menggengam; 2) perubahan posisi teks agar tidak terbalik saat posisi kemasan dilipat.



Gambar 9. Mock Up Cetak Alternatif Kemasan

#### 4. Revisi Desain Kemasan

Setelah review dan diskusi, dihasilkan desain kemasan yang merupakan kombinasi dari desain alternatif 1 dan 2, yaitu desain kemasan yang menggunakan handle kemasan yang dibentuk seperti struktur jari-jari agar nyaman digenggam dan bentuk lidah yang rounded.



Gambar 10. Revisi Desain Kemasan

#### 5. Mock Up Cetak Kemasan

Kemasan kemudian dicetak kembali dengan material kraft 400gsm (material yang akan digunakan untuk cetak massal). Prototype kemasan kedua ini diproduksi dengan fitur sesuai kemasan asli, yaitu dengan die cut yang diproduksi dengan laser cut dan handle yang dicetak sesuai desain revisi.



Gambar 11. Mock Up Cetak Kemasan (Preview Awal)

#### 6. Pengujian Desain Kemasan

Prototype kemasan kemudian ditunjukkan kepada UMKM untuk diuji coba dengan produk kain ecoprint. Di sesi awal disampaikan terlebih dahulu konsep kemasan dengan memaparkan referensi desain, referensi struktur, dan referensi material.



*Gambar 12. Pemaparan Konsep Desain Kemasan*

Setelah paparan konsep desain, selanjutnya prototype kemasan diserahkan kepada UMKM untuk dipegang dan dilihat. Pemilik brand, bu Riene dan pak Nanda memberikan respon positif terhadap desain kemasan yang telah dirancang.



*Gambar 13. Serah Terima Prototype Kemasan*

Kemasan dicoba dimasukkan produk kain rayon yang termasuk bahan kain yang paling berat dari antara bahan kain ecoprint lainnya. Kain rayon tersebut digulung dan dilipat untuk kemudian dimasukkan ke dalam kemasan box. Setelah diuji coba, kemasan kraft dengan gramasi 400gr termasuk cukup kuat menampung bahan kain rayon dengan berat 710gr. Namun, setelah UMKM melihat dan menguji kemasan, masih ada beberapa perbaikan yang perlu dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a) Bentuk bunga dan daun pada fasad depan (bagian die cut) dipilih yang bagian kanan karena bentuk daun Afrika lebih merepresentasikan brand Zee Collection, dan secara komposisi kesan yang ditampilkan sudah universal (tidak terlalu feminim, sehingga cocok juga untuk konsumen pria). Oleh karena itu, sisi die cut kanan akan direpetisi untuk di bagian kiri namun komposisi akan dirotasi horizontal.
- b) Posisi logo Zee Collection yang awalnya horizontal agar dirotasi menjadi vertical agar teks “Zee” dapat terbaca jelas.

- c) Posisi teks marketing copy dan tagline akan dipindah ke fasad samping (dalam posisi kemasan sudah terlipat), agar saat konsumen membawa kemasan, teks dapat terbaca oleh orang lain juga
- d) Posisi teks kontak (Call to Action) perlu dirotasi agar posisi tidak terbalik
- e) Handel kemasan akan dikurangi panjang dan lebarnya agar lebih nyaman dipegang (tidak terlalu besar).
- f) Bagian kiri dan kanan kemasan perlu dibuat kuncian agar kemasan tidak perlu dilem, cukup dilipat dan dikunci saja.
- g) Bagian atas kemasan juga perlu ditambah kuncian agar tidak perlu stiker seal lagi.
- h) Elemen grafis bunga-bunga pada surface kemasan dibuat dalam gaya outline agar senada dengan teksnya.
- i) Font untuk tagline diubah menjadi huruf handwritten sans serif.



*Gambar 14. Pengujian Desain Kemasan*

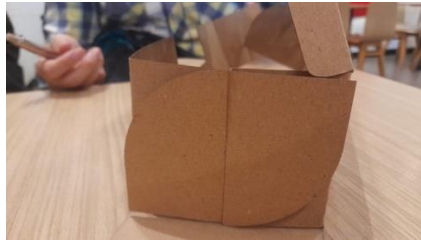
## **7. Finalisasi Desain Kemasan**

Desain kemasan telah melalui beberapa proses review dan revisi baik dari sisi struktur maupun surface dengan berulang kali melakukan cetak mock up kemasan. Desain kemasan juga mendapat berbagai masukan dari pihak percetakan untuk mendapatkan struktur kemasan yang kokoh dan mudah dilipat. Berikut adalah beberapa revisi akhir pada beberapa fitur kemasan.



*Gambar 15. Revisi Struktur Handle Kemasan*

Bentuk handle kemasan diubah menjadi lebih pendek dengan lebar pegangan yang lebih tebal, dengan tujuan agar handle kemasan tidak gampang sobek ketika dibawa.



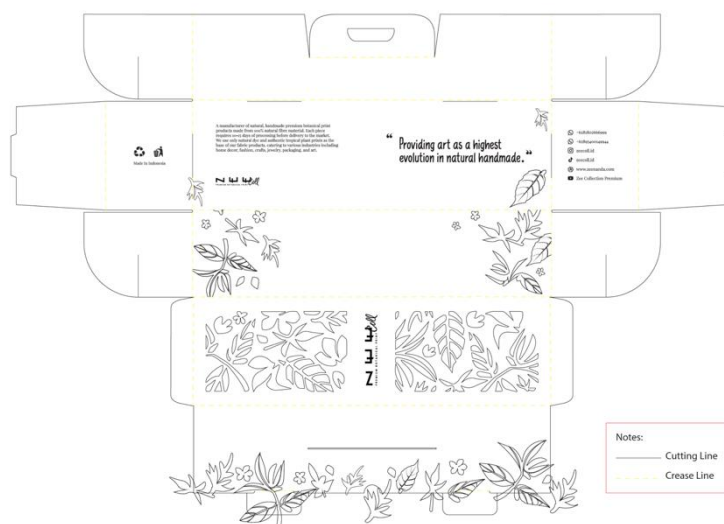
Gambar 16. Revisi Struktur Kunci Kemasan

Bentuk kunci kiri dan kanan dibuat lebih melengkung agar lebih mudah dikaitkan juga dapat membuat kemasan lebih kokoh.



Gambar 17. Care Instruction

Terdapat tambahan kartu yang dimasukkan ke dalam kemasan box, yaitu kartu yang berisi informasi mengenai cara merawat kain ecoprint. Kartu dicetak pada bahan yang serupa dengan kemasan box, yaitu kertas kraft 400gsm.



Gambar 18. Struktur Final Kemasan

## 8. Penerapan Konsep Ecofriendly pada Kemasan Zee Collection

Brand Zee Collection adalah brand yang berkomitmen untuk tidak hanya menciptakan kain yang indah dan berkualitas tinggi, tetapi juga kain ramah lingkungan yang aman bagi kesehatan dan planet bumi. Oleh karena itu, konsep eco-friendly adalah konsep desain yang tepat untuk merepresentasikan desain kemasan Zee Collection. Konsep ecofriendly ini ditampilkan dalam wujud:

### a. Material kertas

Material kertas yang digunakan untuk kemasan yaitu kertas kraft 400 gsm. Kertas kraft terbuat dari bahan baku kayu pinus yang diproses menjadi bubur kertas. Serat kayu alami diproses dengan metode kimia yang ramah lingkungan sehingga kertas kraft ini adalah material kertas yang ramah lingkungan. Kertas yang dihasilkan kuat dan tahan lama dengan warna alami kertas adalah coklat alami.

### b. Warna Desain

Warna pada desain hanya menggunakan satu warna saja, yaitu hitam untuk menghindari penggunaan tinta yang terlalu banyak.

### c. Desain Ilustrasi

Desain ilustrasi menggunakan ilustrasi desain tumbuh-tumbuhan yang digunakan sebagai bahan baku untuk kain ecoprint Zee Collection. Gaya ilustrasi yang digunakan adalah *line art illustration* untuk menghindari warna blocking sehingga bisa hemat tinta.

### d. Desain Kartu Care Instruction

Kartu care instruction dibuat dengan menggunakan material yang sama dengan kemasan box dan menggunakan waste kertas dari kemasan box sehingga tidak banyak sisa kertas yang terbuang.

## KESIMPULAN

Perancangan desain kemasan Zee Collection dalam kegiatan PkM Prodi Desain Grafis melalui tahapan proses desain dengan menerapkan keilmuan desain grafis untuk menghasilkan karya desain kemasan yang dapat merepresetasikan *brand value* Zee Collection. Desain kemasan yang dihasilkan yaitu kemasan box dengan konsep desain *clean, bold, dan artistic painting*. Material yang akan digunakan yaitu kertas kraft 400gsm yang dipertimbangkan sebagai material kemasan yang *ecofriendly*. Struktur kemasan yang akan dirancang yaitu kemasan box berukuran 33cm x 10cm x 8cm dengan *die cut* berbentuk tanaman yang digunakan sebagai bahan baku eco print. Gaya ilustrasi tanaman yang digunakan yaitu *line art illustration*, warna yang digunakan hanya satu warna, yaitu hitam agar kontras dengan warna kertas yang coklat. Font yang digunakan berjenis serif yang elegan, dikombinasikan dengan font display casual yang dirasa mewakili kesan handmade dari kain ecoprint Zee Collection. Diharapkan dengan desain kemasan yang baru, kualitas dan citra produk kain ecoprint Zee Collection

dapat terepresentasikan dengan baik, yaitu sebagai produk yang ramah lingkungan dengan kesan elegan dan premium.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didanai oleh Politeknik Negeri Jakarta [No: 407/PL3.A.10/PT.00.06/2024]. Oleh karena itu, tim PKM mengucapkan terima kasih atas pendanaan yang telah diberikan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat skema Penerapan Iptek Berbasis Kelompok Bidang Keahlian (PPIKKB) dapat dilaksanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bangsa, P. G. (2023). Penciptaan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Pemberdayaan Batik Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang. *DeKaVe*, 16(1), 43–48.  
<https://doi.org/10.24821/dkv.v16i1.7960>
- Fiana, R. M., Tp, S., & Fiana, R. M. (2022, November 7). *Hubungan Kemasan Produk Terhadap Nilai Jual*. Antara Sumbar. <https://sumbar.antaranews.com/berita/538397/hubungan-kemasan-produk-terhadap-nilai-jual>
- Hantoro, M. R., & Soewito, B. M. (2018). Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu sebagai Produk Oleh-oleh Premium dengan Studi Kasus Produk Makanan UKM Purnama Jati Jember. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i1.30041>
- Hariyanto, D., Zaki Azzuhairi, A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Pengembangan Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Sujo. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3087>
- Holdway, R., Walker, D., & Hilton, M. (2002). Eco-design and Successful Packaging. *Design Management Journal (Former Series)*, 13(4), 45–53. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2002.tb00330.x>
- Hudah, K. (2024). “Dari Daun ke Kain: Keunikan Batik Ecoprint Sebagai Tren Fashion Berkelanjutan”. URL: <https://www.batikprabuseno.com/artikel/edukasi/batik-ecoprint/>. Diakses 02 Februari 2024.
- Jiménez-Guerrero, J. F., Gázquez-Abad, J. C., & Ceballos-Santamaría, G. (2015). Innovation in eco-packaging in private labels. *Innovation*, 17(1), 81–90.  
<https://doi.org/10.1080/14479338.2015.1011055>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*. John Wiley & Sons.

- Nguyen, A. T., Parker, L., Brennan, L., & Lockrey, S. (2020). A consumer Definition Of Eco-Friendly Packaging. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119792.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119792>
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi : Jurnal Seni*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8846>
- Orth, U. R., & Malkewitz, K. (2008). Holistic Package Design and Consumer Brand Impressions. *Journal of Marketing*, 72(3), 64–81. <https://doi.org/10.1509/JMKG.72.3.064>
- Permata, S. A. D., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2018). Perancangan Kemasan Produk Batik Lokal Tanjung Bumi Toko Merdeka Marlina Dan Promosinya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12), Article 12.
- Setiawan, A. (2013). Kekuatan Branding Kemasan Produk Dalam Meraih Pasar. *Dinamika Teknik Industri*. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/ft1/article/view/2466>
- Sleman, O. K. (2019, May 14). *Batik Ecoprint Ramah Lingkungan*. Info Publik.  
<https://infopublik.id/kategori/cerita-khas/348407/batik-ecoprint-ramah-lingkungan>