

ABSTRAK

PT. Prima Jaya Anugrah Makmur merupakan perusahaan industri pada bidang produksi makanan ringan atau *snack-snack* makanan. Kemasan yang digunakan oleh PT. Prima Jaya Anugrah Makmur adalah plastik dengan desain berwarna. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kata *Kansei* (keinginan) yang berpengaruh terhadap desain kemasan yang diinginkan oleh konsumen, menentukan tingkat kepentingan masing-masing atribut yang mempengaruhi selera konsumen dan menghasilkan spesifikasi kategori kemasan dan desain kemasan Produk *Snack Balls Caramel* dengan metode *Kansei Engineering*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *mix methode*, yakni sebuah cara pengambilan sampel dengan angket sebagai alat penelitian pada suatu populasi dan menggunakan 50 responden yang akan diteliti. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang dibagikan kepada konsumen, diperoleh data bahwa sebesar 61,5% responden menyatakan kemasan produk saat ini belum sesuai dengan keinginan mereka, baik dari segi tampilan visual maupun kesan emosional yang ditimbulkan. Hal ini menunjukkan perlunya perancangan ulang kemasan agar dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Sebagai langkah awal, dilakukan penyebaran kuesioner terbuka untuk menggali persepsi dan harapan konsumen secara lebih mendalam terkait desain kemasan yang ideal. Hasil dari kuesioner ini kemudian digunakan untuk menyusun kuesioner *Kansei* yang terdiri dari sejumlah kata emosional (*Kansei words*) yang mewakili persepsi konsumen terhadap kemasan. Adapun akhir dari penelitian yakni penerapan *Kansei Engineering* dalam perancangan kemasan mampu menghasilkan desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci: Desain, Kemasan, Produk *Snack Balls Caramel*.

ABSTRACT

PT. Prima Jaya Anugrah Makmur is an industrial company in the field of producing snacks or food snacks. The packaging used by PT. Prima Jaya Anugrah Makmur is plastic with colored designs. This study aims to produce Kansei words (desire) that influence the packaging design desired by consumers, determine the level of importance of each attribute that influences consumer tastes and produce packaging category specifications and packaging designs for Caramel Snack Balls Products using the Kansei Engineering method. The sample used in this study is a mix method, which is a method of sampling with a questionnaire as a research tool in a population and uses 50 respondents to be studied. Based on the results of a preliminary questionnaire distributed to consumers, data obtained showed that 61.5% of respondents stated that the current product packaging did not meet their desires, both in terms of visual appearance and the emotional impression it evoked. This indicates the need for packaging redesign to increase product appeal in the eyes of consumers. As a first step, an open-ended questionnaire was distributed to explore consumer perceptions and expectations in more depth regarding ideal packaging design. The results of this questionnaire were then used to compile a Kansei questionnaire consisting of a number of emotional words (Kansei words) that represent consumer perceptions of packaging. The final result of the study, namely the application of Kansei Engineering in packaging design, was able to produce designs that were more in line with consumer needs and desires.

Keywords: Design, Packaging, Product Snack Balls Caramel.