

**DAYA TARIK DESAIN PRODUK
JEWELRY PACKAGING TERHADAP
PREFERENSI PENGGUNA**



Untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan
Program Magister Seni
Studi Pengkajian Seni Minat Utama Desain Produk

Ria Rahmawati
NIM. 2321560412

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2025**

TESIS
PENGKAJIAN SENI

**DAYA TARIK DESAIN PRODUK *JEWELRY PACKAGING*
TERHADAP PREFERENSI PENGGUNA**

Oleh:

Ria Rahmawati
NIM. 2321560412

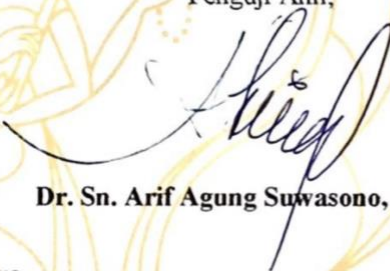
Telah dipertahankan pada tanggal **20 Juni 2025** di depan
Dewan Penguji yang terdiri dari:

Tim Penguji

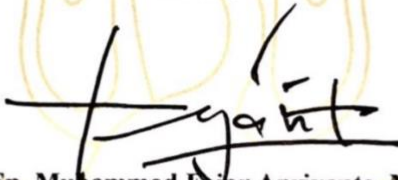
Pembimbing Utama,

Penguji Ahli,


Dr. Alvi Lufiani, S. Sn., MFA


Dr. Sn. Arif Agung Suwasono, M.Hum

Ketua,


Dr. Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn

Yogyakarta, 01 JUL 2025

Direktur Pascasarjana ISI Yogyakarta



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

NIP. 19721023 200212 2001

HALAMAN PERSEMBAHAN

*“To my family and friends, whose love, laughter
and unwavering faith carried me through every shadow
and led me to this moment of light”.*



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ria Rahmawati
NIM : 2321560412
Program Studi : Magister Seni
Minat Studi : Pengkajian Desain Produk

Dengan ini menyatakan bahwa tesis dengan judul:

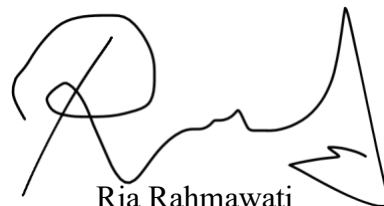
“Daya Tarik Desain Produk Jewelry Packaging Terhadap Preferensi Pengguna”

merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarism dalam karya ini, maka saya bersedia menerima segala konsekuensi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dalam keadaan sadar serta tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Yogyakarta, 20 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Ria Rahmawati

DAYA TARIK DESAIN PRODUK *JEWELRY PACKAGING* TERHADAP PREFERENSI PENGGUNA

Program Magister Seni
Minat Studi Pengkajian Seni
Minat Utama Desain Produk
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2025
Oleh: Ria Rahmawati

ABSTRAK

Kemasan produk (*packaging*) tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membentuk kesan pertama dan pengalaman pengguna, terutama dalam industri perhiasan. Desain kemasan yang mencakup elemen visual seperti bentuk, warna, material, dan fungsionalitas menjadi faktor penting dalam menciptakan nilai estetika dan eksklusivitas produk. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat secara praktis menjadi strategi pengembangan produk yang mampu memberikan pengalaman pengguna sesuai dengan harapan dan kebutuhan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan *mixed-method* melalui studi literatur, observasi, kuesioner, dan wawancara dengan pengguna. Objek penelitian meliputi berbagai jenis material kemasan seperti kayu, kaca, akrilik, serta kombinasi tematik. Data dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi serta grafik untuk memetakan preferensi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **elemen desain kemasan**, terutama **warna, material, dan keunikan bentuk**, secara signifikan memengaruhi preferensi pengguna. Selain itu, faktor psikologis seperti **kesan eksklusif dan nilai sentimental** juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri, khususnya dalam pengembangan desain kemasan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Kata Kunci: Desain kemasan, *jewelry packaging*, preferensi pengguna

THE APPEAL OF JEWELRY PACKAGING DESIGN ON USER PREFERENCES

*Master of Art
Art Studies
Product Design
Postgraduate Program, Indonesia Institute of the Arts Yogyakarta, 2025*

ABSTRACT

Product packaging serves not only a protective function but also plays a crucial role in shaping first impressions and user experience, particularly in the jewelry industry. Packaging design incorporating visual elements such as form, color, materials, and functionality becomes a significant factor in creating aesthetic value and product exclusivity. This study aims to be practically serve as a product development strategy capable of providing user experiences that align with expectations and needs.

The research employs a mixed-method approach through literature review, observation, questionnaires, and user interviews. The study examines various packaging materials including wood, glass, acrylic, and thematic combinations. Data is analyzed descriptively and presented in frequency distribution tables and graphs to map consumer preferences.

Findings indicate that packaging design elements like particularly color, materials, and unique forms that significantly influence user preferences. Additionally, psychological factors such as perceptions of exclusivity and sentimental value play important roles in purchasing decisions. These results provide practical implications for industry practitioners, particularly in developing packaging designs that are more responsive to market needs.

Keywords: *Packaging design, jewelry packaging, user preferences*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmatNya kepada kita sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tesis “Daya Tarik Desain Produk *Jewelry Packaging* Terhadap Preferensi Pengguna”.

Tesis ini berisi tentang pengkajian melalui preferensi pengguna terhadap desain produk *Jewelry Packaging* dengan metode *mixed-method*, termasuk studi literatur, observasi, survei lapangan, dan wawancara. Fokusnya adalah pada inovasi dan keunikan produk yang dihasilkan melalui kolaborasi antara desainer dan pengrajin, yang didorong oleh kontes dan kebutuhan pasar. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan wawasan baru dalam industri kreatif guna meningkatkan kualitas produk, dan memperkaya pengalaman pengguna. Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam tesis yang sudah disusun. Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Yogyakarta, 20 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Masalah Penelitian	4
C. Hipotesis	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Batasan Masalah.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Sumber.....	8
B. Kajian Teori	10
1. Teori Desain Produk	10
2. Teori <i>Packaging</i>	14
3. Teori Perilaku Konsumen	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Objek Penelitian.....	22
B. Pendekatan Penelitian	25

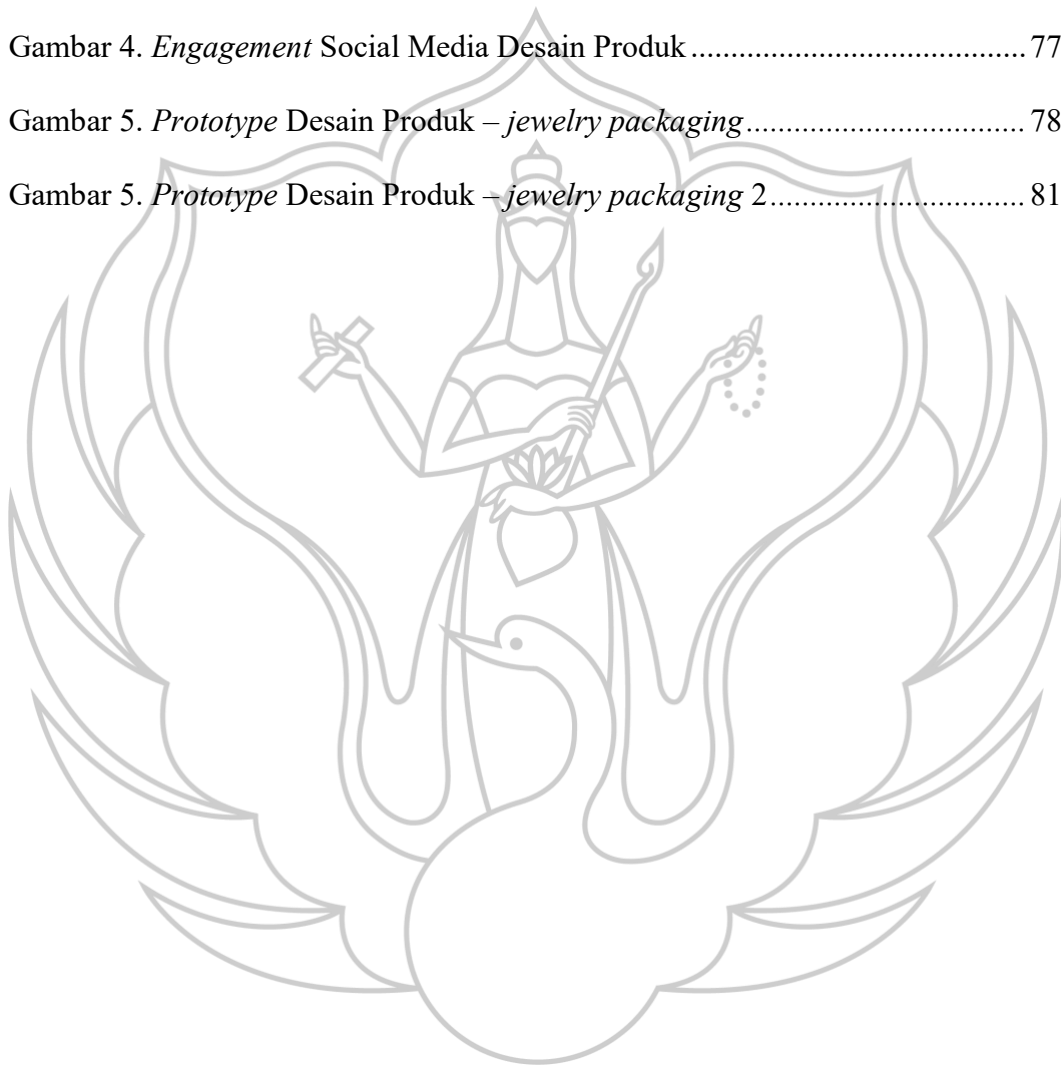
C. Sumber Data.....	26
D. Instrumen Penelitian	28
E. Kerangka Berpikir.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	31
G. Rencana Kerangka Tesis	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Objek Penelitian Dengan Fokus Bahan dan Tema.....	23
Tabel 2. Instrumen Penelitian	28
Tabel 3. Hasil Penelitian (Analisa Strategi).....	34
Tabel 4. Hasil Penelitian (Analisa Desain Produk).....	36
Tabel 5. Analisa Strategi – <i>favourability</i>	41
Tabel 6. Analisa Strategi – <i>believability</i>	43
Tabel 7. Analisa Strategi – <i>distinctiveness</i>	46
Tabel 8. Analisa Strategi – <i>compatibility</i>	48
Tabel 9. Analisa Strategi – <i>attractiveness</i>	50
Tabel 10. Analisa Desain Produk – <i>performance</i>	55
Tabel 11. Analisa Desain Produk – <i>durability</i>	58
Tabel 12. Analisa Desain Produk – <i>conformance to specifications</i>	60
Tabel 13. Analisa Desain Produk – <i>features</i>	63
Tabel 14. Analisa Desain Produk – <i>reliability</i>	65
Tabel 15. Analisa Desain Produk – <i>aesthetics</i>	68
Tabel 16. Analisa Desain Produk – <i>perceived quality</i>	71
Tabel 17. Deskripsi Singkat Desain Produk – <i>jewelry packaging</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. Perjalanan Konsumen atas Keputusan Pembelian	19
Gambar 2. Variabel Instrumen Penelitian	30
Gambar 3. Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. <i>Engagement</i> Social Media Desain Produk	77
Gambar 5. <i>Prototype</i> Desain Produk – <i>jewelry packaging</i>	78
Gambar 5. <i>Prototype</i> Desain Produk – <i>jewelry packaging</i> 2	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Instrumen Penelitian

Lampiran II Pedoman Wawancara

Lampiran III Pedoman Dokumentasi

Lampiran IV Data Statistik Hasil dari Instrumen Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemasan produk atau *packaging* tidak hanya berfungsi sebagai pelindung barang, tetapi juga memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama yang kuat serta membangun pengalaman pengguna. Dalam industri tertentu seperti *jewelry* atau perhiasan, *packaging* tidak hanya sekedar wadah namun juga sebagai cerminan nilai estetika dan eksklusivitas produk. Terlebih aspek desain seperti bentuk, warna, material, dan fungsionalitas menjadi perhatian utama untuk menghadirkan kesan sesuai dengan karakteristik produk perhiasan itu sendiri. Pengkajian pada bentuk, warna yang harmonis, kualitas material, dan fungsionalitas yang praktis disebutkan mampu menciptakan kesan eksklusif sejalan. Dengan adanya pengkajian desain *jewelry packaging* yang didukung oleh nilai perhiasan serta preferensi pengguna hal ini diharapkan dapat secara praktis menjadi strategi pengembangan produk yang mampu memberikan pengalaman pengguna sesuai dengan harapan dan kebutuhan.

Produk seperti *jewelry packaging* memiliki peran signifikan dalam berbagai acara penting seperti *corporate event*, *engagement*, dan *wedding*. Sebagai contoh dalam acara *wedding* atau pernikahan, penyajian atau bagaimana cincin pernikahan dipresentasikan merupakan bagian penting dari momen yang sakral. Salah satu produk turunan dari *jewelry packaging* yaitu *wedding ringbox*. Produk ini hadir tidak hanya sekedar menjadi wadah untuk menyimpan perhiasan, tetapi juga dapat menjadi bagian dari pengalaman sentimental bagi pasangan yang akan menikah (Billari, 2007). Sayangnya,

sering kali desain dan kualitas *jewelry packaging* seperti *wedding ringbox* tidak mendapat perhatian yang memadai, sehingga berpotensi mengurangi nilai emosional dan estetika produk tersebut. Selain itu, permasalahan seperti diferensiasi pasar dimana pencapaian untuk membangun tren guna mempertahankan posisi merek dipasar serta pemahaman mengenai ekpektasi konsumen akan produk tersebut sehingga dapat meningkatkan loyalitas adalah aspek-aspek penting dan berdampak bagi keberlanjutan dan daya saing rumah produksi di pasar yang semakin kompetitif.

Beberapa penelitian terkait topik ini telah dilakukan, pembahasannya meliputi aspek ragam hias, bentuk serta fungsi (Cedrakasih, Bayyu. 2017), pemahaman proses pembuatan *jewelry packaging* (Emelia, Rindana. 2021) serta strategi menarik minat pengguna di masa pandemi covid-19 (Moreno, Eva. 2023). Pada penelitian tersebut mengungkap adanya korelasi antara desain produk secara umum dengan preferensi konsumen terhadap mutu produk, sementara itu pada penelitian ini berfokus pada pengkajian desain produk *jewelry packaging* terhadap preferensi pengguna, yang secara spesifik mengeksplorasi pengaruh antara kedua konteks tersebut dengan objek dan ruang lingkup penelitian yang berbeda.

Analisa terhadap tren pasar dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian juga menjadi fokus dalam penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif survei atau *mixed method* dengan analisa deskriptif, mencakup pengumpulan data melalui studi literatur, kuisioner, observasi, serta wawancara dengan pengguna, dan

dokumentasi. Data objektif yang diperoleh akan dianalisis dan dikroscek melalui studi literatur secara mendalam. Hasil dari wawancara dan kuisisioner dengan sampel penelitian selanjutnya akan disajikan menggunakan table distribusi frekuensi serta grafik yang kemudian akan di analisa secara deskriptif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan keinginan pasar, membuka peluang bagi desainer dan perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih responsif dan inovatif. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produk dan kebutuhan pasar.

B. Masalah Penelitian

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka masalah dalam penelitian meliputi:

1. Elemen *packaging* apa saja yang menjadi daya tarik produk serta berpengaruh pada preferensi pengguna?
2. Bagaimana memahami preferensi pengguna secara psikologis dalam memilih desain produk *jewelry packaging*?

Dengan memfokuskan pada pertanyaan tersebut, diharapkan dapat mengarahkan penelitian untuk menemukan hubungan antara desain produk dan preferensi pengguna sehingga mampu menghasilkan strategi pengembangan produk selanjutnya.

C. Hipotesis

Berdasarkan paparan diatas, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara preferensi pengguna terhadap desain *jewelry packaging* dan keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi preferensi pengguna terhadap desain produk *jewelry packaging*, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan produk tersebut.
2. Diduga terdapat faktor-faktor tertentu seperti estetika, fungsionalitas, dan keunikan desain yang mempengaruhi preferensi pengguna terhadap desain *jewelry packaging*. Artinya, faktor-faktor tersebut akan menjadi pertimbangan utama bagi pengguna dalam memilih produk.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi apa saja elemen dalam desain *packaging* yang menjadi daya tarik serta mempengaruhi preferensi pengguna. Hal ini bertujuan untuk mengungkapkan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pengguna dalam memilih desain produk *jewelry packaging*, seperti estetika, fungsionalitas, dan keunikan desain.
2. Menganalisis preferensi pengguna secara psikologis terhadap desain produk *jewelry packaging*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengguna menilai dan memilih desain *jewelry packaging* serta seberapa besar preferensi mereka terhadapnya.

Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pengguna terhadap desain *jewelry packaging* serta membuka ruang bagi pengembangan produk yang lebih responsif dan berkualitas.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu bagi peneliti dan bagi masyarakat sebagai pelaku usaha di bidang sejenis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang preferensi pengguna terhadap desain produk *jewelry packaging*.
 - b. Mengembangkan keterampilan penelitian kualitatif dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data.
 - c. Berpotensi mempublikasikan hasil penelitian dalam jurnal ilmiah atau konferensi, meningkatkan reputasi akademik dan profesional.
2. Bagi Masyarakat atau Perusahaan di Bidang Sejenis
 - a. Mendapatkan wawasan tentang preferensi pengguna yang dapat digunakan sebagai panduan dalam pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang ada.
 - b. Meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek dengan menawarkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

- c. Memperoleh keunggulan kompetitif melalui desain produk yang unik dan responsif terhadap preferensi pengguna, yang dapat meningkatkan daya tarik produk dan penjualan.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak terlibat, baik secara akademik maupun praktis dalam industri kreatif ini.

F. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, berikut batasan masalah yang akan diterapkan dalam penelitian ini:

1. Batasan Tematik
 - a. Fokus penelitian hanya akan pada desain dan preferensi pengguna terhadap produk *jewelry packaging*.
 - b. Penelitian tidak akan mencakup aspek harga serta produksi atau distribusi produk *jewelry packaging*.
2. Batasan Data
 - a. Data yang akan digunakan bersumber dari literatur terkait, observasi lapangan serta wawancara dengan pengguna. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang preferensi pengguna.
 - b. Dalam penelitian ini tidak akan memasukkan data penjualan atau analisis pasar yang mendalam.
3. Batasan Waktu dan Tempat
 - a. Penelitian ini akan memiliki *timeline* yang akan ditetapkan dalam rencana penelitian dengan fokus penelitian terhadap produk *jewelry packaging* yang ada di pasar khususnya dari rumah produksi Partydeco yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian.