

PENGEMBANGAN *VIRTUAL KANSEI ENGINEERING (VKE)* PADA DESAIN KEMASAN PRODUK SIAP MINUM

INTISARI

Oleh:

DUTA MAY MAHENDRA

20/456420/TP/12715

Perkembangan teknologi meningkatkan tren penggunaan *Virtual Reality* (VR) dalam berbagai aspek. Dalam kemasan, aspek afektif seperti kenyamanan saat membawa dan mekanisme buka tutup menjadi faktor krusial dalam memilih kemasan. Oleh karenanya penting untuk memahami kebutuhan konsumen dalam mengembangkannya. Media sosial menjadi media untuk mengekstrak persepsi konsumen. Pada pengembangan produk, pengenalan konsep dengan dua dimensi kurang mengungkapkan konsep sementara penggunaan prototipe fisik juga kurang efektif dilakukan. Dalam kasus ini, produk minuman rempah siap minum, khususnya wedang uwuh menjadi objek dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi kebutuhan afektif konsumen dan mengembangkan kemasan minuman rempah siap minum dengan *Virtual Kansei Engineering (VKE)*, yaitu integrasi *Kansei Engineering (KE)* dan VR. Luaran dari penelitian ini berupa kebutuhan afektif teridentifikasi diekspresikan melalui frasa *kansei* dan prototipe kemasan afektif wedang uwuh seduh siap minum didasarkan pada frasa *kansei* terpilih. Pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan utama yaitu 1) Pengumpulan frasa *kansei* awal, 2) Identifikasi *kansei* teratas dan penerjemahan, 3) Identifikasi preferensi dan spesifikasi kemasan, serta 4) Pengambilan keputusan. Diperoleh lima prototipe kemasan wedang uwuh siap minum didasarkan pada masing-masing frasa *kansei* terpilih yaitu mudah digenggam, mudah dibuka tutup, ramah lingkungan & melindungi produk, bentuk praktis, dan label simpel. Untuk konsep desain paling optimal kemasan minuman rempah wedang uwuh siap minum adalah berdiameter 6 cm, bertutup ulir dalam, berukuran tutup 3 cm, berbahan kaleng, berbentuk *curve*, dengan komposisi desain 3 font 3 ilustrasi 2 warna 1 *pattern*, dan berwarna *dark grey*.

Kata Kunci: *Virtual Kansei Engineering (VKE)*, Kemasan, *Prototipe*, Rempah



VIRTUAL KANSEI ENGINEERING (VKE) DEVELOPMENT IN READY TO DRINK PRODUCT PACKAGING DESIGN

ABSTRACT

By:

DUTA MAY MAHENDRA

20/456420/TP/12715

The advancement of technology has increased the trend of using Virtual Reality (VR) in various aspects. In packaging, affective aspects such as comfort while carrying and opening mechanism are crucial factors in selecting packaging. Therefore, it is important to understand consumer needs in developing it. Social media serves as a platform for extracting consumer perceptions. In product development, the introduction of concepts with two dimensions falls short of expressing the concept, while the use of physical prototypes is also less effective. In this case, ready-to-drink (RTD) spices beverage products, particularly "wedang uwuh," serve as the object of study. The aim of this research is to identify consumer affective needs and develop packaging for RTD spices beverages using Virtual Kansei Engineering (VKE), which integrates Kansei Engineering (KE) and VR. The output of this research is the identified affective needs expressed through *kansei* phrases and prototypes of affective packaging for RTD brewed "wedang uwuh" based on selected *kansei* phrases. This research consists of several main stages: 1) Collection of initial *kansei* phrases, 2) Identification of top *kansei* and translation, 3) Identification of preferences and packaging specifications, and 4) Decision-making. Five prototypes of RTD "wedang uwuh" packaging were obtained based on each selected *kansei* phrase: easy to grip, easy to open, environmentally friendly & product protection, practical shape, and simple label. For the optimal design concept of ready-to-drink herbal beverage packaging "wedang uwuh," it should have a diameter of 6 cm, screw-on lid, 3 cm lid size, made of tin, curved shape, with a design composition of 3 fonts, 3 illustrations, 2 colors, 1 pattern, and dark grey color.

Keyword: Virtual *Kansei* Engineering (VKE), Packaging, Prototype, Spices