

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN MINUMAN REMPAH
(WEDANG UWUH) *READY-TO-DRINK* (RTD) BERBASIS REKAYASA
*KANSEI***

Oleh
FAJAR NOVANSYAH
(20/456424/TP/12719)

INTISARI

Minuman rempah merupakan jenis minuman yang menggunakan rempah-rempah sebagai bahan utama maupun tambahan (seperti jahe, pala, kayu manis, secang, dsb) untuk memberikan rasa, aroma, serta manfaat kesehatan tertentu. Salah satu minuman rempah khas tradisional Indonesia adalah wedang uwuh. Wedang uwuh merupakan minuman tradisional khas Imogiri, Bantul yang terbuat dari campuran rempah-rempah, daun-daunan, serta bahan alami lainnya. Wedang uwuh dapat memberikan rasa hangat, aromatik, serta memiliki kearifan lokal karena merupakan bagian dari warisan budaya Indonesia. Untuk meningkatkan eksistensi minuman tradisional wedang uwuh, baru-baru ini telah dikembangkan minuman wedang uwuh *ready-to-drink* (RTD) berdasarkan kebutuhan konsumen generasi Z. Sebelum diluncurkan ke pasar, perlu dilakukan pengembangan kemasan wedang uwuh RTD yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memenuhi standar untuk melindungi produk selama proses distribusi. Pada penelitian ini akan diterapkan rekayasa *kansei* untuk mengembangkan kemasan minuman RTD karena metode tersebut mampu mengakomodasi kebutuhan afektif dari konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi frasa *kansei* yang mewakili kebutuhan konsumen terhadap pengembangan kemasan minuman rempah RTD dan menentukan prototipe produk kemasan dari konsep desain terpilih.

Metode rekayasa *kansei* digunakan dalam penelitian ini untuk mendesain kemasan produk yang sesuai kebutuhan konsumen dengan melibatkan perasaan afektif konsumen. Penelitian diawali dengan mengumpulkan kebutuhan konsumen dalam bentuk frasa *kansei*. Frasa *kansei* diperoleh dengan cara melakukan *Scraping* data pada *platform* media sosial twitter dengan bantuan *tweet-harvest* yang merupakan *command-line tool* dan ditentukan kata yang paling banyak muncul sebagai frasa *kansei* dengan bantuan *word cloud* atau awan kata. Frasa *kansei* disusun menjadi kuesioner *Semantic Differential I* (SD1) dan diolah menggunakan analisis faktor. Pada penelitian ini dihasilkan tujuh frasa *kansei* terpilih yaitu melindungi produk, mudah disimpan, mudah digenggam, berukuran kecil, bentuk praktis, desain simple, dan label informasi. Frasa *kansei* terpilih akan digunakan untuk penilaian menggunakan kuesioner *Semantic Differential II* (SD2). Selanjutnya, dilakukan analisis *Quantification Theory Type I* (QT1) untuk menganalisis hubungan kuantitatif antara frasa *kansei* dan atribut produk. Dihasilkan prototipe dengan spesifikasi paling optimal yaitu PET, Screw, 6 cm, 250 ml, *Curve*, *Text*, dan *Round*.

Kata Kunci: *Scraping, Kansei Engineering, Quantification Theory Type I, Semantic Differential, Wedang Uwuh*

DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN FOR READY-TO-DRINK (RTD) SPICE BEVERAGE (WEDANG UWUH) BASED ON KANSEI ENGINEERING

By

FAJAR NOVANSYAH
(20/456424/TP/12719)

ABSTRACT

Spice drink is a type of beverage that uses spices as the main or additional ingredients (such as ginger, nutmeg, cinnamon, secang, etc.) to provide taste, aroma, and certain health benefits. One of the traditional spice drinks from Indonesia is "wedang uwuh." Wedang uwuh is a traditional beverage typical of Imogiri, Bantul, made from a mixture of spices, leaves, and other natural ingredients. Wedang uwuh can provide a warm, aromatic taste and embodies local wisdom as part of Indonesia's cultural heritage. To enhance the existence of traditional wedang uwuh, recently, a ready-to-drink (RTD) version of wedang uwuh has been developed based on the needs of Generation Z consumers. Before launching into the market, it is necessary to develop RTD wedang uwuh packaging that meets consumers' needs and complies with standards to protect the product during distribution. In this study, kansei engineering will be applied to develop the RTD beverage packaging because this method can accommodate consumers' affective needs. Therefore, this study aims to identify kansei phrases representing consumers' needs for RTD spice beverage packaging development and determine the packaging product prototype from the selected design concept.

The kansei engineering method is used in this study to design a product package that meets consumer needs by involving consumers' affective feelings. The study begins by collecting consumer needs in the form of kansei phrases. Kansei phrases are obtained by scraping data on the Twitter social media platform using the tweet-harvest tool, which is a command-line tool, and determining the most frequently occurring words as kansei phrases with the help of a word cloud. Kansei phrases are arranged into Semantic Differential I (SD1) questionnaires and processed using factor analysis. In this study, seven selected kansei phrases are produced: product protection, easy storage, easy grip, small size, practical shape, simple design, and information label. The selected kansei phrases will be used for evaluation using Semantic Differential II (SD2) questionnaires. Furthermore, Quantification Theory Type I (QT1) analysis is conducted to analyze the quantitative relationship between kansei phrases and product attributes. The prototype with the most optimal specifications is produced: PET material, screw cap, 6 cm diameter, 250 ml capacity, curved shape, text, and round.

Keywords: *Scraping, Kansei Engineering, Quantification Theory Type I, Semantic Differential, Wedang Uwuh*