UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Perhatian Visual Gen Z Terhadap Tampilan Kemasan Pakcoy Segar (Brassica rapa subsp. chinensis) Berbasis Kansei Engineering dan Eye Tracking
Rakha Akmal Hakim, Prof. Dr. Mirwan Ushada, S.T.P., M.App.Life.Sc. ; Dr. Ir. Ahmad Nasikun, S.T., M.Sc., IPM.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS PERHATIAN VISUAL GEN Z TERHADAP TAMPILAN KEMASAN PAKCOY SEGAR (*Brassica rapa* subsp. *chinensis*) BERBASIS *KANSEI ENGINEERING* DAN *EYE TRACKING*

INTISARI

Oleh:
Rakha Akmal Hakim
21/478345/TP/13182

Pakcoy (*Brassica rapa* subsp. *chinensis*) merupakan sayuran yang banyak dikonsumsi di Indonesia dan umum dijumpai di toko sayuran ritel. Produk pakcoy segar dipasarkan dengan variasi kemasan yang beragam, namun desain tampilan kemasan sering kali belum mempertimbangkan persepsi afektif konsumen secara serius, khususnya Generasi Z sebagai kelompok konsumen usia produktif dengan proporsi populasi yang signifikan. Analisis tampilan kemasan yang representatif terhadap kebutuhan afektif konsumen dapat menjadi pijakan awal dalam memahami persepsi visual konsumen. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi *kansei word* (verbal) dan gerakan mata (non-verbal) yang menggambarkan kebutuhan dan respons afektif konsumen terhadap tampilan kemasan produk pakcoy segar untuk memberikan rekomendasi tampilan kemasan yang sesuai. Metode yang digunakan yaitu *Kansei engineering* yang diintegrasikan dengan analisis faktor untuk menghasilkan faktor persepsi, dilanjutkan dengan pengamatan gerakan mata menggunakan metode *eye tracking* yang dianalisis menggunakan Repeated Measures ANOVA (RM ANOVA) dan uji Friedman. Hasil penelitian menunjukkan terbentuk dua faktor utama, yaitu persepsi kualitas dan kredibilitas serta persepsi estetika dan kepraktisan yang kemudian diterjemahkan menjadi variasi desain kemasan. Analisis *eye tracking* menunjukkan adanya perbedaan pola perhatian visual Generasi Z pada area label dan kemasan antar variasi desain.

Kata kunci: Pakcoy, Perhatian visual, Tampilan kemasan, *Kansei engineering*, *Eye tracking*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Perhatian Visual Gen Z Terhadap Tampilan Kemasan Pakcoy Segar (Brassica rapa subsp. chinensis) Berbasis Kansei Engineering dan Eye Tracking
Rakha Akmal Hakim, Prof. Dr. Mirwan Ushada, S.T.P., M.App.Life.Sc. ; Dr. Ir. Ahmad Nasikun, S.T., M.Sc., IPM.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

VISUAL ATTENTION ANALYSIS OF GEN Z ON FRESH PAKCOY (*Brassica rapa* subsp. *chinensis*) PACKAGING APPEARANCE BASED ON KANSEI ENGINEERING AND EYE TRACKING

ABSTRACT

By:
Rakha Akmal Hakim
21/478345/TP/13182

Pakcoy (Brassica rapa subsp. chinensis) is a widely consumed vegetable in Indonesia and is commonly found in retail vegetable stores. Fresh pakcoy products are marketed with a diverse variety of packaging; however, the packaging design often has not seriously considered consumers' affective perceptions, particularly Generation Z as a productive-age consumer group with a significant population proportion. An analysis of packaging design that is representative of consumers' affective needs can serve as an initial foundation in understanding consumers' visual perception. This study aims to identify Kansei words (verbal) and eye movements (non-verbal) that describe consumers' affective needs and responses toward the packaging design of fresh pakcoy products to provide appropriate packaging design recommendations. The method used is Kansei Engineering integrated with factor analysis to generate perception factors, followed by eye movement observation using the eye tracking method analyzed using Repeated Measures ANOVA (RM ANOVA) and the Friedman test. The results showed the formation of two main factors, namely quality and credibility perception as well as aesthetics and practicality perception, which were then translated into packaging design variations. The eye tracking analysis indicated differences in Generation Z's visual attention patterns on the label and packaging areas among the design variations.

Keywords: Pakcoy, Visual attention, Packaging design, Kansei engineering, Eye tracking