

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Kesimpulan yang dipaparkan akan menjawab rumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, saran dari penelitian ini akan menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan yang akan menjawab rumusan masalah. Adapun beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dalam mengidentifikasi kriteria perancangan kemasan dilakukan wawancara terhadap 9 orang responden. Dari 9 orang responden tersebut didapatkan 46 buah *customer statement* yang kemudian dikonversi dan digabungkan menjadi 17 *need statement*. Selanjutnya 17 *need statement* ini dikelompokkan menjadi 8 buah *primary needs*. *Primary needs* inilah yang menjadi kriteria perancangan kemasan. Kriteria perancangan kemasan tersebut antara lain kemasan dapat digunakan dalam waktu lama (*durable*), kemasan mudah digunakan, kemasan dengan tampilan menarik, kemasan yang informatif, kemasan yang multifungsi, kemasan dengan harga terjangkau, kemasan aman digunakan anak-anak, dan kemasan ramah lingkungan.
2. Rancangan kemasan berupa kotak kubus berwarna biru yang terdiri dari 2 bagian yaitu bagian laci dan bagian selongsong. Bagian laci dapat dibuka menjadi alas mainan dimana pada bagian dalam laci terdapat tonjolan yang fungsinya untuk alas bermain juga seperti pada hasil *workshop* pertama. Konsep inilah yang digunakan sebagai kemasan mainan.
3. Evaluasi dilakukan terhadap 8 responden untuk menguji kemasan dari segi fungsional, *usability*, dan *user experience* dari kemasan. Untuk uji fungsional digunakan penilaian terhadap pemenuhan kriteria fungsional. Hasil evaluasi menunjukkan seluruh kriteria memiliki nilai rata-rata diatas 4 sehingga rancangan kemasan sudah berfungsi dengan baik. Untuk uji *usability* digunakan 2 cara yaitu *task scenario* dan kuesioner SUS. Untuk *task scenario*

digunakan 4 buah tugas, dari 4 tugas 3 diantaranya memiliki tingkat keberhasilan diatas 70% sehingga kemasan dinilai sudah *usable*. Untuk uji *usability* menggunakan kuesioner SUS diperoleh nilai akhir 77 dimana nilai tersebut berada lebih besar dari 68 yang merupakan nilai batas penentu. Maka kemasan dinilai sudah *usable*. Untuk pengujian *user experience* digunakan metode *PrEmo2*. Hasil pengujian menggunakan *PrEmo2* didapatkan bahwa rata-rata keseluruhan emosi positif memiliki nilai lebih besar dari emosi negatif yaitu 3,16 untuk emosi positif dan 1,43 untuk emosi negatif. Maka dari segi *user experience* kemasan sudah cukup baik.

## **V.2 Saran**

Terdapat beberapa saran dari peneliti agar penelitian selanjutnya menjadi lebih baik. Saran yang dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pada saat proses *design workshop* diberikan batasan agar konsep yang dihasilkan *feasible* dan pada saat *prototyping* biaya yang dibutuhkan dapat terjangkau.
2. Pada saat evaluasi pikirkan terlebih dahulu cara menyampaikan informasi kepada anak-anak agar apa yang kita ingin sampaikan diterima dengan baik oleh anak-anak dan tidak terjadi miskomunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. (2017). Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z. Diunduh dari: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>. [Diakses: 12 Januari 2019].
- Ahola, J. (2016). *On the Hierarchy of Product Needs*. Diunduh dari: <http://jussiahola.com/articles/2016/1/on-the-hierarchy-of-product-needs.html>. [Diakses: 16 Juli 2019].
- Akbar, R. (2018). 8 Fungsi Kemasan Pada Sebuah Produk Yang Harus Anda Ketahui. Diunduh dari: <http://teknologiraf.com/fungsi-kemasan/>. [Diakses: 12 Januari 2019].
- Amadati, T.M. dan Nawangpalupi, C. B., (2012) Evaluasi Desain Emosi Mainan Edukasi Anak Puno. *Simposium Nasional RAPI XI FT UMS-2012*.
- Badan Standarisasi Nasional. (2014). Sosialisasi SNI Mainan Anak: Persyaratan dan Penerapan. Pusat Pendidikan dan Masyarakat Standarisasi: Jakarta.
- Cenadi, C.S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, 2(1), 92-103.
- Chooliq (2011). Desain Kemasan. Diunduh dari <https://iseng88.wordpress.com/2011/12/15/desain-kemasan/>. [Diakses: 9 Februari 2019].
- Creohouse. (2016). Pentingnya Membuat Kemasan Produk. Diunduh dari: <https://www.creohouse.co.id/pentingnya-membuat-kemasan-produk/>. [Diakses: 12 Januari 2019].
- Damayanti, K.A, Martaleo, M., Gunawan, C.E., dan Sutanto, D.M. (2015). Perancangan Ulang Produk dengan Mempertimbangkan *User Experience* Menggunakan Metode *Geneva Emotion Wheel*. *Proceeding Seminar Nasional dan Kongres PEI 2015*.
- Desmet. (2007). *Product Emotion Measurement Instrument*. Diunduh dari: <https://studiolab.ide.tudelft.nl/studiolab/desmet/premo/>. [Diakses: 6 Februari 2019].
- Desmet, P., Hekkert, P., dan Hillen, M. (2013). *Values and emotions; an Empirical Investigation in the Relationship Between Emotional Responses*

to *Products and Human Values*. Diunduh dari: [https://www.researchgate.net/publication/238659590\\_Values\\_and\\_Emotions\\_an\\_empirical\\_investigation\\_in\\_the\\_relationship\\_between\\_emotional\\_responses\\_to\\_products\\_and\\_human\\_values](https://www.researchgate.net/publication/238659590_Values_and_Emotions_an_empirical_investigation_in_the_relationship_between_emotional_responses_to_products_and_human_values). [Diakses: 6 Februari 2019].

- Gumulya, D., dan Natasia, P. (2015). Kajian Teori *Emotional Design*. *Jurnal Desain*, 3(1). 1-20.
- Haryono, M. dan Bariyah, C. (2014). Perancangan Konsep Produk Alas Kaki dengan Menggunakan Integrasi Metode *Kansei Engineering* dan Model Kano. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(1), 71-82.
- Henry, S. L. (2004). Notes on User-Centered Design Process (UCD). Diunduh dari: <http://www.w3.org/WAI/EO/2003/ucd>. [Diakses: 3 Januari 2017].
- Hermawan, F. (2019). Bab II Landasan Teori Ucer Centered Design (UCD) Diunduh dari: <https://anzdoc.com/bab-ii-landasan-teori-pada-saat-user-berinteraksi-dengan-sis.html>. [Diakses: 6 Februari 2019].
- Jordan, P.W. (2000). *Designing Pleasurable Products*. London: Taylor & Francis.
- Kemenperin. (2017). Industri Mainan Nasional Kuasai Pasar Global. Diunduh dari: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18506/Industri-Mainan-Nasional-Kuasai-Pasar-Global>. [Diakses: 23 Januari 2019].
- Laurans, G. dan Desmet, P. (2012). *Introducing PrEmo 2: New Direction for Non-Verbal Measurement of Emotion in Design*. Delft University of Technology Netherlands.
- Lokman, A. M., Ishak, K. K., dan Hadiana, A. (2013). Premo and Kansei: A Comparative Analysis. *International Journal of Basic and Applied Science*. 1(4), 734-744.
- Mukhtar, S. dan Nurif, M. (2015). Peranan *Packaging* Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. 8(2), 180-191.
- Nagamachi, M. (2008). *Perspectives and the new trend of Kansei/affective engineering*. *The TQM Journal*, 20(4), 290 – 298.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. San Fransisco: Morgan Kaufmann.
- Ortony, A., Clore, G.L., dan Collins, A. (1988). *The Cognitive Structure of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pratiwi, D., Saputra, M. C., dan Wardani, N. H. (2018). Penggunaan Metode User Centered Design (UCD) dalam Perancangan Ulang Web Portal

- Jurusan Psikologi FISIP Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2448-2458.
- Republik Indonesia. (2013). Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 24 Tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Mainan Secara Wajib. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Riadi, M. (2016). Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Jenis-jenis Kemasan. Diunduh dari <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>. [Diakses: 9 Februari 2019].
- Salman, A. G. (2015). *Usability vs User Experience*. Diunduh dari <https://socs.binus.ac.id/2015/09/18/usability-vs-user-experience/>. [Diakses: 6 Agustus 2019].
- Saputri, I. S. Y., Fadhli, M., dan Surya, I. (2017). Penerapan Metode UCD (*User Centered Design*) pada *E-Commerce* Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 269-278.
- Susilo, E. (2019). Cara Menggunakan System Usability Scale (SUS) Pada Evaluasi Usability. Diunduh dari <https://www.edisusilo.com/cara-menggunakan-system-usability-scale/>. [Diakses: 30 Juni 2019].
- Tambunan, S. R. (2016). Peran Kemasan Snack dalam Membangun Hubungan Emosional dengan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1), 26-33.
- Trianada, K. (2013). Produk Mainan Anak Harus Berlogo SNI. Diunduh dari <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/152334/produk-mainan-anak-harus-berlogo-sni>. [Diakses: 28 April 2019].
- Ulrich, K.T. dan Eppinger, S.D. (2012). *Product Design and Development*, 5<sup>th</sup> Ed., New York: Irwin McGraw-Hill.
- Widhiarso, W., Jessianti, dan Sutini (2007). Metode UCD (User Centered Design) Untuk Rancangan Kios Informasi Studi Kasus: Rumah Sakit Bersalin XYZ. *Jurnal Ilmiah STMIK GI MDP*, 3(3), 6-10.