

Desain Struktur Kemasan *Reusable* Produk *Skincare Moisturizer* Untuk Mendukung *Green Packaging*

Rachmadita Dwi Pramesti¹, Anggi Anggarini², Susilawati³, Fadilla Ramadita⁴,
Zahra Nabilah Putri⁵, Mutiara Dewi Ramadanti⁶, Ghyfahri Dylan Ma'aliki Syafa⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof.
Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok

Correspondence: Rachmadita Dwi Pramesti (rachmadita.dwipramesti@grafika.pnj.ac.id)

Received: 01 July 2025 – Revised: 30 July 2025 - Accepted: 30 Aug 2025 - Published: 30 Sept 2025

Abstrak.

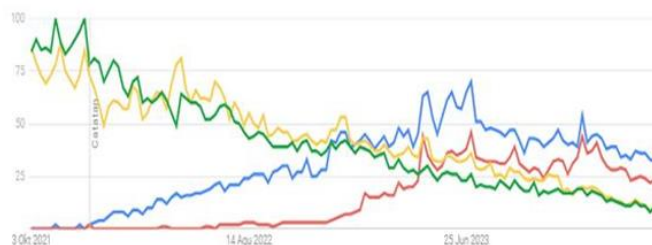
Sampah menjadi salah satu permasalahan yang cukup sulit di tangani di Indonesia. Keberadaan limbah *skincare* yang dihasilkan dari tingginya popularitas produk perawatan kulit khususnya pelembap (*moisturizer*), yang sering menjadi sampah dikarenakan rata-rata sebagian besar konsumen hanya menyimpan kemasan primer dan membuang kemasan sekunder setelah pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang kemasan sekunder pada produk *moisturizer skintific*, salah satu produk terlaris di *e-commerce Shopee*, menjadi kemasan yang dapat digunakan kembali/*reusable* untuk memperpanjang siklus penggunaan kemasan *skincare* dan mengurangi limbah. Metode *Design Thinking* digunakan sebagai metode utama dalam perancangan kemasan *skincare* ini. Hasil penelitian ini yaitu perancangan kemasan yang menggunakan karton lipat *hardbox* dengan material karton board yang dilapisi oleh art paper yang di laminasi maka lebih kokoh dan tahan lama dibanding struktur kemasan sebelumnya. Pemilihan material ini didasari oleh hasil pengujian prototipe yang menunjukkan bahwa bahan *hardbox* tidak hanya mampu melindungi isi produk secara optimal, tetapi juga memiliki daya tahan yang baik dibandingkan karton biasa. Selain itu, pada struktur baru, ditambahkan fitur fungsional yang memungkinkan kemasan untuk digunakan kembali sebagai wadah penyimpanan serbaguna. Proses perancangan pada kemasan sekunder dengan berbahan dasar *hardbox* ini menjadi pertimbangan konsumen untuk tidak langsung membuangnya. Inovasi kemasan ini diharapkan dapat mendorong perilaku konsumen yang lebih bertanggung jawab untuk menggunakan kembali kemasannya dari limbah yang mereka hasilkan.

Kata kunci: Kemasan, Reusable, Moisturizer.

PENDAHULUAN

Peningkatan Tingginya kontribusi sampah kemasan kertas dan karton terhadap total sampah nasional, yang mencapai 11.25%. Kemasan produk, termasuk kemasan sekunder seperti box karton, menjadi salah satu penyumbang utama dalam persentase tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan produk, yang seringkali hanya digunakan sekali dan langsung dibuang, memiliki dampak signifikan terhadap penumpukan sampah di Indonesia (SIPSN, 2024). Produksi sampah karton dan kertas merupakan salah satu yang terbanyak di Indonesia. Kemasan karton dan kertas banyak digunakan sebagai kemasan produk, yang berfungsi untuk melindungi barang hingga sampai ke tangan konsumen. Namun, setelah produk digunakan, kemasan ini seringkali langsung dibuang dan menjadi sampah tanpa dimanfaatkan lebih lanjut khususnya pada kemasan sekunder. Dalam perancangan kemasan, selain fungsi utamanya untuk melindungi produk, penting juga untuk mempertimbangkan nilai tambah atau fungsi lainnya yang dapat memperpanjang usia pakai kemasan (Alkhair et al., 2023).

Pada era sekarang, perawatan kulit telah menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas sebagian masyarakat Indonesia. Perkembangan pesat industri *skincare* menawarkan berbagai produk dan inovasi menarik, yang terlihat jelas dari dinamika pasar. Berdasarkan sumber dari Kumparan.com dan Google Trends, produk Skintific menunjukkan grafik penjualan yang fluktuatif. Pada Juli 2022, Skintific berada di bawah 25% popularitas, namun melonjak drastis hingga di atas 50% pada Juli 2023. Meskipun sempat menurun ke angka 34% pada September 2023, penjualan produk Skintific terus mengalami pasang surut hingga awal tahun 2024. Pergerakan yang tidak stabil ini menuntut Skintific untuk mengoptimalkan performanya melalui berbagai strategi khusus guna mendorong keputusan pembelian konsumen.



Gambar 1. Grafik dinamika pendapatan Skintific Sumber kumparan.com

Meskipun tren *skincare* menunjukkan perkembangan positif, terdapat konsekuensi lingkungan yang perlu diwaspadai, yaitu penumpukan limbah kemasan. Berdasarkan data dari *Female Daily*, kemasan sekunder (*secondary packaging*) sering kali sulit dihindari karena perannya dalam mempermudah urusan logistik. Meskipun umumnya terbuat dari karton yang mudah didaur ulang, kemasan ini akan menjadi limbah yang tidak bisa dimanfaatkan kembali jika konsumen tidak memilah dan memisahnya dengan benar. Selain itu, masalah diperparah karena kemasan sekunder ini seringkali dibungkus lagi dengan plastik. Produk *skincare* jenis *moisturizer* menjadi tren yang cukup populer belakangan ini, terutama di kalangan generasi Z. Salah satu produk yang banyak diminati adalah *moisturizer* dari Skintific. Hal ini turut mendorong perkembangan Skintific sebagai produk *skincare* yang paling diminati di Indonesia. Dukungan tersebut diperkuat dengan banyaknya *beauty enthusiast* di media sosial yang memberikan ulasan positif dan merekomendasikan produk ini (Vakhira & Aini, 2025). Namun, di sisi lain, tingginya minat terhadap produk ini juga memunculkan tantangan baru terkait permasalahan limbah, khususnya limbah kemasan sekunder atau *box* dari kemasan *moisturizer*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan sekunder produk merupakan penyumbang signifikan sampah karton, karena konsumen cenderung langsung membuangnya setelah hanya menggunakan kemasan primer. Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan solusi melalui penggunaan kemasan sekunder yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, peneliti menekankan pentingnya desain kemasan yang dapat digunakan kembali, untuk mengurangi penggunaan kertas berlebih dan dampak lingkungan dari pembuangan kemasan sekali pakai. Penerapan *Green Packaging* pada penelitian ini merupakan bagian untuk menarik minat konsumen melalui kemasan yang ramah lingkungan kemasan dengan konsep *green packaging* menawarkan konsep yang berbeda dengan produk yang lain pada umumnya. *Green packaging* menggunakan material kemasan yang dapat di daur ulang dan dapat digunakan lagi atau kemasan *reusable* (Fauzi et al., 2024). Kemasan *reusable* ini dapat menjadi sarana edukasi tentang sampah sekali pakai pada kemasan sekunder *skincare moisturizer* sekaligus penggunaan ulang sebagai upaya pengurangan penumpukan limbah kemasan sekali pakai yang berakhir di tempat pembuangan sampah (Audianto et al., 2024).

Mengatasi hal tersebut, diperlukan jenis kemasan sekunder yang lebih kokoh dan tahan lama, seperti *hardbox*, yang memungkinkan konsumen untuk menggunakannya kembali dalam jangka waktu panjang. *Hardbox* memiliki struktur yang kuat dan tampilan yang lebih eksklusif (Arsy et al., 2024), sehingga tidak hanya fungsional sebagai wadah penyimpanan, tetapi juga memiliki nilai estetika yang dapat menarik perhatian konsumen.

Pemanfaatan struktur *hardbox* yang mendukung fungsi penyimpanan, ditambah dengan desain visual yang menarik, menjadi strategi efektif dalam meningkatkan nilai guna kemasan sekaligus mengurangi potensi limbah. Dengan demikian, pemilihan kemasan *hardbox* sebagai alternatif yang lebih berkelanjutan menjadi aspek penting dalam mendukung upaya pengurangan sampah kertas dari kemasan produk *skincare*. Oleh karena itu, penanganan limbah karton perlu menjadi perhatian serius dengan mendorong penggunaan struktur dan material kemasan yang kokoh serta tahan lama. Pemanfaatan *hardbox* tidak hanya memberikan kesan menarik bagi konsumen, tetapi juga mendorong kebiasaan untuk menyimpan dan menggunakan kembali kemasan. Hal ini sejalan dengan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), khususnya dalam mendorong kebiasaan *reuse* tanpa langsung membuang kemasan. Dengan demikian, penelitian mengenai perancangan desain kemasan *skincare* yang *eco-friendly* dan dapat digunakan kembali menjadi sangat penting sebagai langkah konkret dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Di awal perancangan kemasan *skincare* dalam bentuk *tube*, tim peneliti sempat menghadapi kendala serius saat cetakan pertama gagal karena tidak sesuai dengan volume produk, yang mana mengharuskan tim peneliti untuk merevisi desain struktur kemasan sekunder *tube*. Untuk mengatasi masalah ini dan sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna, tim peneliti tidak hanya memperbesar struktur kemasan *tube* agar produk muat dengan sempurna, tetapi juga menambahkan sentuhan inovatif berupa penggunaan magnet pada penutupnya untuk menciptakan kesan premium dan praktis yang membedakan produk *moisturizer* Skintific di pasaran. Sebuah kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk dan menarik secara visual, tetapi juga diharapkan ramah lingkungan untuk mengurangi masalah lingkungan akibat limbah kemasan. Maka dari itu sangat penting untuk lebih menetapkan standar pengemasan dan mengimplementasikannya sebagai inovasi *green packaging*. Pada penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa secara langsung *green packaging* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, dan secara tidak langsung *green packaging* mampu mengurangi agar sampah yang dihasilkan oleh pembelian *skincare* dapat dikurangi dengan begitu konsumen yang melakukan pembelian (Arianty & Ariska, 2023). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan mengembangkan desain struktur kemasan sekunder pada produk Skintific pada *skincare moisturizer* dengan dua ukuran yaitu kemasan *Tube* dan *Jar*.

MASALAH

Rumusan masalah Penumpukan sampah menjadi permasalahan lingkungan yang semakin mendesak, dan salah satu penyebab utama adalah kemasan tambahan yang dibuat untuk penggunaan sekali pakai. Jenis kemasan ini, seperti kardus atau plastik tambahan untuk produk utama, biasanya langsung dibuang setelah barangnya diambil karena tidak mendukung penggunaan kembali. Masalah penumpukan sampah, terutama yang berasal dari kemasan sekunder yang dibuang begitu saja karena tidak dapat digunakan kembali, adalah isu lingkungan yang serius. Penyebab utamanya adalah material dan desain kemasan yang tidak kuat, sehingga tidak dapat dimanfaatkan setelah produk utama diambil, contohnya kotak yang mudah rusak atau kemasan karton yang tidak tahan lama. Dengan demikian, diperlukan desain kemasan yang memfasilitasi penggunaan kembali, didukung oleh material yang lebih tangguh, guna memberikan nilai manfaat berkelanjutan dan mengurangi dampaknya terhadap penumpukan sampah.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *design thinking*, yaitu pendekatan yang berfokus pada pemahaman terhadap kebutuhan pengguna. Metode ini menggabungkan proses *empathize*, *define*, *research*, *ideate*, *prototype*, *select*, *implement* dan *learn*. Dengan pendekatan ini, permasalahan dilihat kembali dari sudut pandang pengguna, ide-ide dikembangkan secara kolaboratif, lalu diuji berulang untuk menemukan solusi yang paling sesuai dan relevan (Ansori et al., 2023). Berikut tahap *design thinking* dalam perancangan kemasan penggunaan kembali pada *moisturize*.

Empathize

Pemilihan kemasan sekunder untuk *skincare moisturizer* Skintific didasarkan pada popularitas produk yang sangat tinggi di kalangan konsumen, yang secara langsung meningkatkan ekspektasi terhadap kualitas dan presentasinya. Kemasan sekunder ini berfungsi sebagai pelindung untuk produk *skincare* didalamnya terutama melindungi dari kerusakan fisik dan kontaminasi selama distribusi. Kemasan sekunder tidak hanya menjamin produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi yang baik, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk.

Define

Tahap setelah *empathize* adalah saat tim peneliti mulai menyusun dan merangkum temuan yang didapat selama proses memahami sudut pandang serta pengalaman pengguna. Informasi tersebut kemudian diolah untuk mengidentifikasi inti masalah secara spesifik. Tahapan ini penting agar arah perancangan kemasan menjadi lebih fokus, sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta mendukung tujuan utama yaitu menciptakan kemasan yang menarik secara visual dan bisa digunakan kembali secara efektif.

Research

Pada tahap ini, dilakukan riset untuk mendukung perancangan kemasan *moisturizer* yang dapat digunakan kembali. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi ke sejumlah toko kecantikan guna mengidentifikasi karakteristik kemasan *moisturizer*, khususnya dalam bentuk *tube* dan *jar*. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada beberapa responden dari kalangan Gen Z dan Milenial untuk memahami alasan mereka membuang kemasan setelah digunakan, serta menggali kebutuhan dan preferensi mereka terhadap kemasan *moisturizer* di masa mendatang.

Ideate

Tahap selanjutnya adalah merancang sketsa struktur kemasan dan mencari material untuk struktur kemasan yang akan dikembangkan. Pada tahap ini, peneliti mencari referensi terkait bentuk kemasan yang dapat digunakan kembali (*reusable*), dengan mempertimbangkan aspek kuncian, jenis material, serta bentuk struktur kemasan. Selain itu, juga dipikirkan bagaimana agar kemasan tersebut mendorong konsumen untuk menggunakannya kembali secara fungsional.

Prototype

Dari hasil pertimbangan pada tahap *ideate*, dibuat beberapa bentuk purwarupa (prototipe) sebagai alternatif desain struktur kemasan *moisturizer*. Prototipe ini kemudian diuji untuk memperoleh gambaran awal sebelum desain visual diterapkan pada struktur kemasan. Pembuatan prototipe bertujuan untuk mengevaluasi konsep secara menyeluruh dan memastikan bahwa desain yang dipilih telah sesuai dan dapat dikembangkan lebih lanjut.

Select

Pada tahap ini, dari beberapa alternatif dilakukanlah testing baik untuk strukturnya dan materialnya setelah itu hasil testing digunakan untuk menentukan pilihan dari beberapa alternatif desain struktur kemasan *moisturizer*. Pemilihan dilakukan berdasarkan hasil uji

coba terhadap masing-masing alternatif, dengan mempertimbangkan kesesuaiannya terhadap tujuan utama, yaitu agar kemasan dapat digunakan kembali.

Implement

Tahap implementasi merupakan proses mengaplikasikan rancangan kemasan ke bentuk ukuran aslinya, serta mengisi kemasan tersebut dengan produk *moisturizer* untuk melihat kesesuaian secara ketahanan struktur dan fungsional.

Learn

Tahapan ini merupakan tahap akhir yang dilakukan dengan merumuskan hasil dari respon terhadap kemasan yang telah dirancang. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana kemasan tersebut sesuai dengan pengalaman pengguna, dan hasilnya digunakan sebagai dasar dalam mengevaluasi efektivitas desain secara keseluruhan.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data sekunder, yang diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati berbagai karakteristik kemasan *moisturizer* yang tersedia di pasaran, baik dari segi bentuk, material, maupun aspek visual lainnya yang berkaitan dengan fungsi penggunaan ulang (*reusable*).

Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek, khususnya beberapa pusat perbelanjaan yang menjual produk *skincare* untuk keperluan observasi, serta dilakukan wawancara secara langsung kepada responden terpilih. Pada perancangan struktur kemasan dilakukan di Studio Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan PNJ.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Empathize*

Pengumpulan data dari merek *skincare* Skintific *moisturizer* dilakukan dengan memahami keinginan *target user* dengan menggunakan metode kualitatif yaitu dibagi menjadi data primer berupa data observasi mengenai penggunaan produk. Melalui metode kualitatif, berupa data observasi pada *e-commerce* tentang data *skincare moisturizer* yang sering konsumen gunakan, lalu melakukan observasi secara langsung di *offline store* untuk mengobservasi bagaimana kemasan dipajang di rak toko mengenai kemasan produk *moisturizer* Skintific. Selain itu juga dilakukan wawancara dengan konsumen Gen Z dan Milenial dengan latar belakang pekerjaan mahasiswa dan pekerja,

mengenai preferensi terkait penggunaan kemasan *skincare moisturizer* dan ekspektasi penggunaan kemasan yang *reusable*.

B. Define

Dalam tahap ini diidentifikasi permasalahan yang didapat dari tahap *empathize*, data hasil wawancara consumer insight dengan konsumen Gen Z dan Milenial dianalisis untuk merumuskan masalah utama yang sering di alami, seperti kemasan yang mudah dibuang karena kurang menarik atau tidak memiliki nilai guna setelah produk habis. Memasuki tahap *research*, analisis difokuskan pada kecenderungan preferensi visual dan fungsional pengguna, yang dijadikan acuan untuk merancang solusi yang lebih relevan.



Gambar 2. Observasi data skincare e commerce



Gambar 3. Observasi Kemasan skincare moisturizer skintific

Penelusuran data penjualan produk *moisturizer* di berbagai *platform e-commerce* menjadi krusial untuk mengidentifikasi secara kuantitatif jenis *moisturizer* yang paling banyak diminati dan menjadi primadona konsumen, memberikan gambaran tren pasar yang akurat. Kedua, observasi juga diperluas secara *offline* dengan mendatangi langsung toko-toko yang menjual produk Skintific *moisturizer*. Pendekatan ini memungkinkan analisis langsung dan lebih mendalam terhadap kemasan fisik produk Skintific, mulai dari material, bentuk, ukuran, hingga detail estetika dan fungsionalitas kemasan primer, yang kemudian menjadi dasar pertimbangan untuk merancang kemasan sekunder.

Hasil wawancara consumer insight

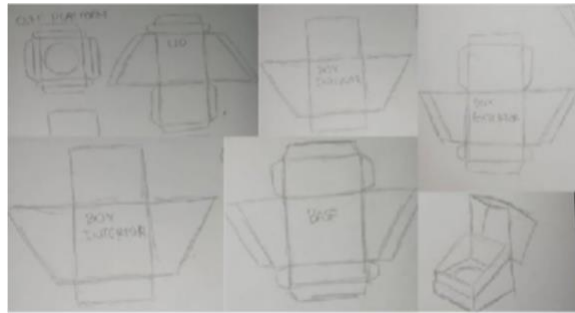
Berdasarkan hasil survei, target perancangan ini merupakan wanita pengguna *skincare* dengan rentang usia 17 sampai 40 tahun yang tinggal di daerah perkotaan serta menyukai segala hal yang mudah dan praktis. Rata-rata target merupakan pengguna *skincare* dan menyukai hal-hal yang lucu. Rata-rata pembelian *skincare* dilakukan di atas satu bulan atau tiga bulan sekali. Tujuan khusus pada *consumer insight* ini yaitu memfokuskan kepada penggunaan kembali kemasan dalam jangka lama. Meskipun kemasan sekunder sering kali dianggap sebagai sampah setelah produk habis, konsumen menunjukkan minat tinggi pada inovasi kemasan yang fungsional dan estetis, bersedia membayar lebih untuk desain premium yang dapat dipakai ulang sebagai dekorasi (misalnya vas bunga, wadah aksesoris, stiker, atau gantungan kunci). Oleh karena itu, pemilihan material yang sederhana, menarik visual, tahan lama, dan ramah lingkungan menjadi krusial untuk tidak hanya mengurangi sampah, tetapi juga membedakan *brand* dan memenuhi kebutuhan praktis konsumen yang semakin peduli pada keberlanjutan.

C. Research

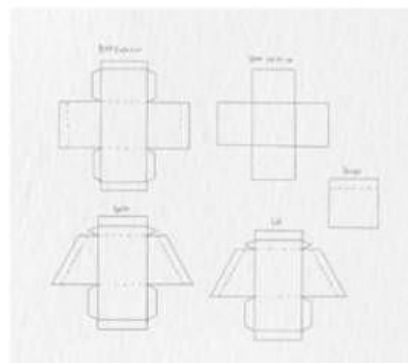
Pada tahapan ini berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan responden dari kalangan Gen Z dan Milenial, yang menjadi target audiens utama tim peneliti, ditemukan adanya penekanan kuat pada pentingnya kemasan yang *reusable* tetapi tetap inovatif dan fungsional, sejalan dengan prinsip *green packaging*. Audiens ini tidak hanya peduli terhadap dampak lingkungan, tetapi juga mengharapkan solusi yang cerdas dan *modern* yang tidak mengorbankan pengalaman penggunaan. Kebutuhan akan bentuk kemasan yang unik dan bisa dipakai kembali menambahkan nilai estetika dan jangka panjang bagi pengguna. Ini bisa berarti kemasan yang setelah isinya habis, dapat bertransformasi menjadi tempat penyimpanan perhiasan, wadah alat tulis, atau yang lainnya. Aspek kekokohan dari kemasan juga menjadi pertimbangan penting, dengan pengaplikasian material *hardbox*, untuk kemasan sekunder *moisturizer*. Penggunaan *hardbox* tidak hanya memberikan perlindungan pada produk tetapi mendukung konsep penggunaan kembali yang berkelanjutan.

D. *Ideate*

Pada tahapan *ideate* ini dilakukan *brainstorming* pemetaan ide-ide untuk menemukan solusi pemecahan masalah berfokus pada *user experience* yang telah diidentifikasi pada tahapan sebelumnya. Dengan tujuan mengurangi penggunaan sampah karton dari penggunaan kemasan sekunder *moisturizer*. Maka dirumuskan ide untuk membuat perancangan struktur desain *green packaging* dengan aspek *sustainable*. Melalui perancangan struktur desain *green packaging* ramah lingkungan ini bertujuan dapat memberikan pengalaman langsung kepada konsumen khususnya pengguna *skincare* Skintific (Purbasari & Kristiana, 2021). Selanjutnya mencari referensi untuk konsep desain struktur dengan mempertimbangkan dari hasil wawancara konsumen dengan memasukan *keyword minimalist, modern, elegant*.



Gambar 4. *Sketsa alternatif 1 kemasan Jar moisturizer*



Gambar 5. *Sketsa alternatif 2 kemasan Jar moisturizer*

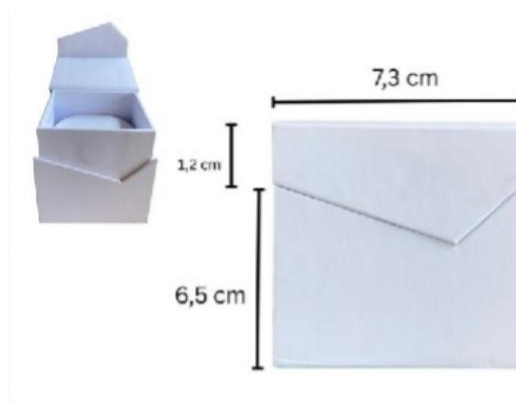
Pada struktur bentuk persegi panjang untuk *moisturizer tube* dan struktur persegi untuk *moisturizer jar* menggunakan lem. pada kedua struktur tersebut bisa digunakan sebagai tempat penyimpanan seperti *brush*, tempat pensil maupun tempat perhiasan.

E. *Prototype*

Tahap ini merupakan implementasi ide ide yang didapat dari tahap *ideate*, meliputi adanya visualisasi kemasan yang dicetak. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan desain struktur kemasan sekunder yang tidak hanya baik secara estetika, tetapi juga fungsional dan kokoh untuk bisa digunakan kembali secara efektif. Semua pengujian dan perbaikan ini dilakukan dengan tetap mempertimbangkan aspek *green packaging*. Ini berarti memastikan bahwa material yang dipilih tidak hanya kuat dan tahan lama, tetapi juga ramah lingkungan. Untuk penelitian ini, alat dan bahan yang digunakan meliputi *cutter*, gunting, *printer* / mesin cetak digital , penggaris, dan material *hardbox* dengan ketebalan 2 milimeter dan penggunaan magnet pada ketiga kemasan.



Gambar 6. *Prototype alternatif 1 kemasan jar sekunder moisturizer*



Gambar 7. *Prototype alternatif 2 kemasan jar sekunder moisturizer*

Teknik cetak yang digunakan pada kemasan sekunder Skintific *moisturizer* dengan material kemasan *hardbox* dengan ketebalan 2 milimeter, menggunakan teknik *digital printing* yang di cetak langsung dari file ke permukaan *hardbox* dengan ketebalan 2 milimeter. Kelebihan pemakaian *hardbox* untuk kemasan sekunder *moisturizer* ini adalah menjaga kemasan lebih kokoh dan tahan lama serta

fungsionalitas dan inovasi dari kemasan sekunder tersebut. Pola bentuk kemasan sekunder *moisturizer* ini memiliki bentuk unik dan adanya perbedaan pola kedua jenis bentuk produknya kemasannya. Akan tetapi perancangan kemasan sekunder ini tetap mengikuti beberapa pola utama pada kemasan awal Skintific sebelumnya hanya saja berbeda di bahan dan kunciannya. Kemasan sekunder *moisturizer* ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan dengan bentuk yang berbeda-beda.

F. *Select*

Melibatkan analisis perbandingan antara 2 alternatif desain struktur kemasan sekunder untuk menentukan satu pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada tahap *select* ini, dilaksanakan testing pada ke 2 kemasan pada tanggal 11 Juli 2025. Pada tahap ini, uji coba ketahanan dengan cara di banting, di buka tutup pada kuncian atas, serta memasukan produk asli kedalam kemasan sekunder dan mencoba kekuatan magnet pada ketahanan kemasan sekunder saat dimasukan beberapa barang. Proses ini bertujuan bahwa struktur dan tata letak kemasan yang dibuat akan menghasilkan ketahanan yang dan kualitas kemasan yang kokoh. Proses uji kelayakan kemasan sekunder yang ramah lingkungan ini melibatkan 15 audiens, yang sebagian besar adalah perwakilan Generasi Z dan Milenial. Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata audiens langsung membuang kemasan sekunder setelah mengambil produk *skincare*. Alasan utama mereka adalah kemasan tersebut kurang fungsional jika ingin digunakan kembali dan hanya akan menjadi tumpukan sampah.

Konsumen cenderung lebih memilih menggunakan produknya secara langsung daripada menyimpan kemasan sekundernya. Hal ini disebabkan karena kemasan sekunder (khususnya untuk *moisturizer* Skintific) dinilai tidak memiliki inovasi fungsionalitas yang bisa dimanfaatkan kembali, sehingga akhirnya hanya menjadi sampah.

Dari pengujian ini, disimpulkan bahwa kedua desain kemasan sekunder yang diujikan sudah kokoh dengan baik dan memiliki nilai tambah signifikan di mata konsumen. Tidak hanya terkesan dengan aspek ramah lingkungan, tetapi juga melihat potensi besar untuk pembelian ulang produk di masa mendatang, didorong oleh kualitas kemasan. Secara keseluruhan, narasumber menilai kemasan-kemasan tersebut sangat baik dalam bentuk, kokoh. Fitur ini sangat merepresentasikan kemampuan kemasan untuk dipakai kembali. Rata-rata narasumber bersedia untuk

untuk tetap membeli produk *skincare* tersebut, meskipun harganya mungkin lebih mahal karena kemasan sekunder yang terlihat sangat fungsional dan bisa digunakan kembali. Terdapat kekurangan pada struktur kemasan sekunder untuk alternatif satu desain kemasan sekunder *jar moisturizer*.



Gambar 8. Kemasan *jar alternatif 1 moisturizer*

Pada bagian kemasan alternatif 1 sekunder *jar moisturizer* tidak memiliki kunci yang baik karena produk *moisturizer jar* tidak terlindungi dengan baik dan beresiko jatuh dari kemasan sekundernya.

G. Implement

Tahap implementasi yaitu desain kemasan yang telah dipilih direalisasikan dalam ukuran sebenarnya dan digunakan untuk mengemas produk *moisturizer Skintific*. Lalu diuji coba dengan testing ke beberapa responden dengan memasukkan beberapa barang ke dalam kemasan sekundernya. Perbaikan pertama berfokus pada ukuran produk *jar moisturizer* tim peneliti memutuskan untuk menambah ukurannya agar produk bisa pas dengan sempurna di dalam kemasan sekunder yang telah didesain.



Gambar 9. Final struktur *jar moisturizer skintific*

Selanjutnya, pada bagian kunci kemasan, melakukan inovasi signifikan dengan mengaplikasikan magnet. Penggunaan magnet ini tidak hanya bertujuan untuk mempermudah proses membuka dan menutup kemasan, tetapi juga memberikan kesan elegan dan simpel yang sesuai dengan citra merek Skintific. Inovasi kecil ini secara drastis meningkatkan pengalaman pengguna, membuat kemasan *reusable* terasa lebih premium dan praktis dalam penggunaan sehari-hari.



Gambar 10. Uji coba fungsionalitas terhadap kemasan

Kemasan sekunder ini tidak hanya dirancang secara estetis, namun juga telah diuji kepada beberapa responden. Dalam proses pengujian ini, beragam barang/ aksesoris dimasukkan ke dalamnya untuk menguji fungsionalitas dan daya tahannya dalam penggunaan nyata. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa kemasan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga praktis untuk digunakan kembali oleh konsumen.

H. *Learn*

Kesimpulan setelah struktur kemasan *jar* direvisi serta penambahan magnet pada bagian kunci didapatkan respon pengguna setelah mencoba kemasan sekunder untuk menilai efektivitas desain secara keseluruhan. Dengan beberapa revisi, produk asli bisa pas dan masuk kedalam kemasan sekunder *jar* dan juga terdapat inovasi penggunaan magnet pada seluruh kemasan memberikan kesan yang dinamis. Evaluasi ini menjadi dasar dalam mengukur keberhasilan solusi yang dirancang, sekaligus menentukan langkah pengembangan lebih lanjut agar kemasan benar-benar mampu mendorong kebiasaan penggunaan kembali di kalangan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini berfokus pada perancangan struktur kemasan inovatif untuk *moisturizer* Skintific, secara cerdas mengintegrasikan prinsip *green packaging* dengan konsep kemasan *reusable*. Tujuan utamanya adalah untuk secara signifikan mengurangi timbunan limbah karton yang dihasilkan dari pembelian produk *skincare* yang berulang. Tim peneliti telah berhasil menciptakan dua alternatif kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga dilengkapi dengan fitur magnetis pada kunciannya untuk kemudahan penggunaan yang dinamis dan simpel. Desain struktur kemasan sekunder ini memungkinkan kedua alternatif kemasan, yang terbuat dari material *hardbox*, untuk digunakan kembali sebagai tempat penyimpanan serbaguna seperti perhiasan, aksesoris, dan benda-benda kecil lainnya. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya menambah nilai tambah yang signifikan bagi pengguna, tetapi juga diharapkan berkontribusi pada upaya pengurangan limbah, mendorong pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab, dan secara holistik mendukung keberlanjutan produk Skintific.

UCAPAN TERIMA KASIH

penulis mengucapkan terimakasih kepada P3M PNJ yang telah memberikan pendanaan penelitian pada skema penelitian lektor (PL) tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhair, R., Putri, S. A., & Chalik, C. (2023). *Perancangan Kemasan Flatware Dengan Metode Re-Use Dalam Usaha Mengurangi Limbah Kemasan Di Indonesia*. 10.
- Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Sipropmawa. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1072–1081. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Arianty, N., & Ariska, D. (2023). Peran Mediasi Green Packaging: Green Promotion terhadap Repurchase Intention. *jesya*, 6(2), 1675–1695. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1249>
- Arsy, A. M., Marta, W., & Usman, R. (2024). *Perancangan Kemasan Batik Tulis Abin Craft*. 1.
- Audianto, F., Agusta, A., Sn, S., & Ds, M. (2024). *Perancangan Kemasan Kopi Reuseable Sebagai Sarana Edukasi Pengurangan Penumpukan Sampah Plastik Sekali Pakai Untuk Umkm Kopi*.
- Fauzi, M., Hartati, V., Nugraha, S. R., Nursalim, S., & Puspani, N. S. (2024). *Green Logistics dan Extended Producer Responsibility untuk Pengelolaan Sampah Kemasan Makanan dan Minuman di Universitas Widyatama: Suatu Model untuk Green Campus*. 25.

- Purbasari, H., & Kristiana, N. (2021). *Perancangan Desain Kemasan Palette Kosmetik Refill Sebagai Kampanye Ramah Lingkungan*. 3(1).
- Putra, T. S., & Ma'sum, H. (2024). *Perancangan UI/UX Aplikasi Jemput Sampah Berbasis Mobile*. 1(2).
- Vakhira, N. H., & Aini, S. N. (2025). *Peran Kegunaan Informasi E-WOM Sebagai Variabel Mediasi Antara Anteseden Kegunaan Informasi E-WOM Terhadap Minat Beli Moisturizer Skintific di Shopee*.



© 2025 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).