

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN BLESSED.BITES

Muhammad Panji Al Khaerun¹ Anggi Anggarini , S.Ds., M.Ds.², Heribertus Rudi Kusumantoro, S.T., M.Sc.Eng.³

Prodi D4 Desain Grafis, Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425
Email: panjalkhaerun@gmail.com

ABSTRAK

Blessed.bites merupakan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang kuliner, berdiri sejak 2 September 2020. Dapur blessed.bites berlokasi Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat,. Produk yang ditawarkan oleh blessed.bites adalah cookies, cinnamon roll, dan loukoumades (donat yunani), produk yang menjadi favorit dari konsumen adalah cookies. Kemasan yang saat ini digunakan oleh blessed.bites belum mencakup elemen elemen desain seperti warna, tipografi,dll sehingga tidak memiliki daya tarik bagi konsumen. Kemasan yang digunakan saat ini hanya menggunakan kemasan polos dan ditempel label yang berisi logo blessed.bites sehingga belum memiliki citra yang kuat dan belum memiliki daya tarik bagi konsumen terhadap produk. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan ulang desain kemasan untuk meningkatkan nilai produk blessed.bites dan diharapkan dapat menarik minat dan menjangkau lebih banyak konsumen serta menjadi pembeda terhadap kompetitor dibidang yang serupa. Dalam perancangan desain kemasan, menggunakan metode pengumpulan data kualitatif deskriptif yaitu dengan cara wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil dari perancangan ini adalah Desain kemasan untuk cookies dan desain label untuk kemasan cinnamon roll.

Kata Kunci: Cookies, Kemasan, Makanan, Perancangan

ABSTRACT

Blessed.bites is an (UMKM) engaged in the culinary field, established since 2 September 2020. The blessed.bites kitchen is located in Tanah Abang, Central Jakarta City, the products offered by blessed.bites are cookies, cinnamon rolls, and loukoumades (Greek donuts) and the consumer's favorite product is cookies. The packaging currently used by blessed.bites does not include design elements such as color, typography, etc., so it has no appeal to consumers. The packaging used today only uses plain packaging and is attached with a label containing the blessed.bites logo so that it does not have a strong image and does not yet have an attraction for consumers to the product. Therefore, it is necessary to redesign the packaging design to increase the value of blessed.bites products and is expected to attract interest and reach more consumers and be a differentiator against competitors in the same field. In designing the packaging design, using descriptive qualitative data collection methods, namely by means of interviews, observations and literature studies. The results of this design are packaging design for cookies and label design for cinnamon roll packaging.

Keyword: Cookies, Design, Food, Packaging

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, membuat persaingan diberbagai kategori produk semakin berkembang pesat, salah satunya adalah pada bidang kuliner dimana semakin banyaknya orang yang memiliki bisnis dibidang kuliner. Selain karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, usaha kuliner banyak diminati oleh masyarakat karena usaha bisnis makanan merupakan usaha yang sangat fleksibel. Hal ini disebabkan bisnis kuliner dapat dimulai dengan modal sedikit. Berkaitan dengan hal tersebut maka para pelaku usaha dibidang kuliner dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif supaya dapat bersaing dengan kompetitor lain, salah satu cara supaya dapat bersaing adalah dengan meningkatkan nilai produk. Salah satu media yang digunakan untuk meningkatkan nilai produk adalah desain kemasan. Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. [1] Adanya kemasan (*packaging*) yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang mendongkrak penjualan, karena kemasan pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan kemasan akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk [2]. Kunci utama untuk membuat sebuah desain kemasan yang baik adalah kemasan tersebut harus simple (sederhana) , fungsional dan menciptakan respons emosional positif yang secara tidak langsung “berkata”, “Belilah saya.” Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya. Menurut penelitian, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual).[3] Di dalam dunia bisnis kuliner sebuah produk yang sederhana dengan desain kemasan yang tepat dapat menjadi sebuah karakter yang unik dan sangat istimewa. Suatu produk akan memiliki nilai tambah jika penjualannya dikemas secara menarik.

Salah satu pelaku usaha yang bergerak didalam bidang kuliner adalah blessed.bites, blessed.bites merupakan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang kuliner. Blessed.bites didirikan oleh dua orang yaitu Rivka Rahma (founder) dan Saskia amanda (co-founder), berdiri sejak 2 September 2020. Dapur blessed.bites berlokasi di Gg. Mess Dalam No.36 RT.15/RW.17, Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10230.

Desain kemasan yang digunakan oleh blessed.bites saat ini belum mencakup elemen elemen desain seperti warna, tipografi,dll sehingga tidak memiliki daya tarik bagi konsumen. Kemasan yang digunakan saat ini hanya menggunakan kemasan polos dan ditempel label yang berisi logo blessed.bites. Dengan adanya masalah seperti ini, maka diperlukannya untuk merancang desain kemasan yang menarik sebagai media untuk meningkatkan nilai produk. Dengan dirancangnya desain kemasan yang lebih menarik diharapkan dapat menarik minat dan menjangkau lebih banyak konsumen serta menjadi pembeda terhadap kompetitor dibidang yang sama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam Perancangan Desain Kemasan *blessed.bites*, yaitu metode kualitatif deskriptif untuk memaparkan tentang perancangan desain kemasan *blessed.bites* secara tepat dan benar dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan bersama narasumber utama yaitu pemilik atau *owner* dari *blessed.bites*, wawancara dilakukan dengan tujuan untuk menggali informasi sedalam dalamnya mengenai *blessed.bites*. Fokus dalam wawancara ini akan berisi tentang mulai dari kapan berdirinya, informasi mengenai produk yang dijual, visi dan misi, target market dan informasi lain mengenai *blessed.bites*. Wawancara dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* pada tanggal 18 Mei 2021.

2. Observasi

Pada proses ini, observasi yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan melalui media sosial *blessed.bites* untuk mendapatkan informasi seputar produk. Pengamatan juga dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kompetitor yang bergerak dibidang yang sama dengan cara mengamati media sosial kompetitor yaitu, *instagram*. Hasil pengamatan ini untuk mendapatkan data-data mengenai produk yang dijual, testimoni dari konsumen dll.

3. Studi Literatur

Studi Literatur dilakukan dengan cara mengkaji suatu informasi teori, data melalui refrensi buku atau jurnal yang berkaitan dengan perancangan desain kemasan, dengan tujuan untuk membantu pengerjaan penelitian. Beberapa sumber didapatkan melalui website resmi sebagai tambahan referensi. Sumber kepustakaan didapatkan melalui aplikasi *ipusnas*, *ebook*, jurnal, website.

Metode Riset Desain

Metode riset desain merupakan seluruh proses perancangan dari sebuah desain, yaitu sebagai berikut



Bagan 1. Metode Riset Desain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner melalui *google form* dengan target audience masyarakat umum yang rata-rata berusia 20-30 tahun, berdomisili di Jakarta, menyukai makanan manis dan orang-orang yang mengikuti perkembangan tren saat ini. Berpendapat bahwa desain kemasan yang menarik dan pelindung produk merupakan faktor yang paling penting dari sebuah kemasan. Kemudian responden setuju bahwa desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli sebuah produk, dan responden beranggapan bahwa elemen yang pertama kali terlihat dari sebuah kemasan adalah gambar atau desain kemasannya.

Setelah mendapatkan data, kemudian perancangan dilanjutkan mulai dari tahap penelitian dengan metode pengumpulan data, menemukan permasalahan yang ada dan menemukan solusi yang tepat untuk permasalahan tersebut. Setelah itu dilanjutkan ke tahap desain proses seperti *mindmap* dan *moodboard* untuk menemukan konsep visual yang cocok dengan target market *blessed.bites*. Kemudian lanjut ke tahap sketsa manual hingga proses *Final Artwork*.

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dimiliki oleh *blessed.bites* dan juga diharapkan dapat menarik minat dan menjangkau lebih banyak konsumen.

FAW (Final Art Work)

1. Kemasan Cookies



Gambar 1. Desain Terpilih Kemasan Cookies



Gambar 2. Desain Terpilih Kemasan Cookies

Pada desain kemasan ini, konsep yang digunakan yaitu *minimalis*, *trendy* dan *fun*. Minimalis ditonjolkan dengan penggunaan *typeface sans serif* dan *whitespace*, *fun* ditonjolkan dengan penggunaan *flat illustration* yang menjadi *background pattern* untuk kemasan cookies, *background pattern* didapatkan dari ilustrasi produk blessed.bites itu sendiri yaitu *cookies*. Kemudian *trendy* ditonjolkan dengan *layout* yang simpel.

2. Label kemasan cinnamon roll



Gambar 3. Desain Terpilih

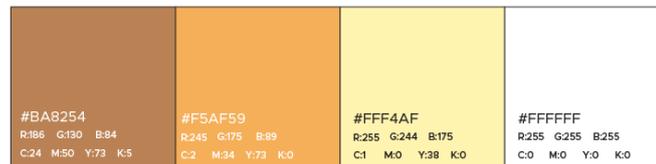
Pada desain label kemasan ini, menggunakan konsep yang sama yaitu *minimalis*, *trendy* dan *fun*. Yang membedakan pada desain label ini penggunaan icon disesuaikan dengan produk yang dijual yaitu *cinnamon roll*.



Gambar 4. Font yang digunakan

Sumber: google.com

Tipografi pada desain kemasan blessed.bites menggunakan *typeface* jenis *Sans Serif* dengan *font* Metropolis. Penggunaan tipografi dengan jenis *Sans Serif* untuk memberikan kesan minimalis.



Gambar 5. Warna yang digunakan

Warna yang dipilih dalam perancangan desain kemasan blessed.bites terdiri dari 3 warna yaitu coklat tua, coklat muda, dan cream. Warna coklat sendiri adalah warna hangat yang dapat merangsang nafsu makan. Kemudian secara psikologi warna, warna coklat juga melambangkan kesehatan. Ini mewakili keunggulan dari blessed.bites yaitu fresh dan menggunakan bahan-bahan yang terjamin kualitas dan kebersihannya.

SIMPULAN

Saat ini, fungsi kemasan sangat penting untuk diperhatikan, hal ini untuk dapat menjaga isi produk secara utuh sehingga bisa dinikmati oleh konsumen secara utuh. Adanya kemasan (*packaging*) yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang mendorong penjualan, karena kemasan pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan kemasan akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk. Desain kemasan yang digunakan oleh *blessed.bites* saat ini belum mencakup elemen elemen desain seperti warna, tipografi, dll sehingga tidak memiliki daya tarik bagi konsumen. Kemasan yang digunakan saat ini hanya menggunakan kemasan polos dan ditempel label yang berisi logo *blessed.bites*. Dengan adanya masalah seperti ini, maka diperlukannya untuk merancang desain kemasan yang menarik sebagai media untuk meningkatkan nilai produk. Dengan dirancangnya desain kemasan yang lebih menarik diharapkan dapat menarik minat dan menjangkau lebih banyak konsumen serta menjadi pembeda terhadap kompetitor dibidang yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas karunia dan rahmat-Nya telah memberikan banyak waktu dan kesempatan sehingga “Perancangan Desain Kemasan untuk *blessed.bites*” dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam tercurah kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya, ucapan terima kasih kepada orang tua saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan. Serta ucapan terima kasih kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan 8 semester ini dan membimbing sehingga perancangan desain kemasan ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hidayat, M.J., Siwi, K.S.,(2020). *Mengungkap Medan Kreatifitas Dalam Budaya Visual Desain Kemasan UKM* Surabaya: Katalog Buku Karya Dosen ITATS.
- [2] Anasrulloh, M., Basiron.,(2017) *Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produkolahan Kue Kacang Emping Melinjo*. Jawa Timur: STKIP PGRI Tulungagung J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) Volume 5, Nomor 1, Juli 2017
- [3] Apriyanti, M.E., (2018) *Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI, Jurnal Unindra Volume 10, No. 1, April 2018