PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN APLIKASINYA PADA DESAIN KEMASAN LAVATALK

Laporan Tugas Akhir

diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Diploma Tiga (D3) Progam Studi Desain Komunikasi Visual

Oleh

Anggio Agan Pratama

2411316014

JURUSAN SENI RUPA FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan sidang Panitia Ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual D3, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 5 Mei 2020

Panitia Penguji Tugas Akhir

Ketua

Dr. Hendi Pratama S.Pd., M.A. .....

Sekretaris

Dr. Eko Haryanto, M.Ds. .....

Penguji I

Wandah Wibawanto, S.Sn, M.Ds. .....

Penguji II

Dr. Eko Sugiarto, M.Pd. .....

Penguji III

Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds. .....

Dekan Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Semarang

Dr. Sri Rejeki Urip, M.Hum.
NIP. 196202211989012001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam proyek studi dengan judul "Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya pada Desain Kemasan LavaTalk" adalah benar hasil karya penulis sendiri dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tugas akhir ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik ilmiah.

Semarang, 20 Mei 2020

Anggio Agan Pratama

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

1. Ketika kita dihadapkan dengan dua pilihan antara diberi ilmu yang melimpah dan bermanfaat atau diberi kekayaan berlimpah, pilihlah agar diberi ilmu yang berlimpah dan bermanfaat. Dengan ilmu yang berlimpah dan bermanfaat maka engkau akan dikenang sepanjang masa dan menjadi amal jariyah yang tak akan terhapus

Persembahan

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua serta kakak dan adikku tercinta yang selalu mendukung dan nasihatnya yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dimas Wahyu Widayat selaku pemilik usaha produk Brownies balok lumer "LavaTalk".

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul "Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya pada Desain Kemasan LavaTalk". Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Diploma, Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi dengan segala kebijakannya.
2. Dr. Sri Rejeki Urip, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Fakultas Bahasa dan Seni.
3. Dr. Syakir, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi di Jurusan Seni Rupa dengan segala kebijakannya.
4. Eko Haryanto, S. Pd., M. Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual D3
5. Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds. Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun karya tugas akhir
6. Seluruh Dosen jurusan Seni Rupa yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman khususnya dari program studi Desain Komunikasi Visual D3 penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan partisipasinya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, 20 Mei 2020

Anggio Agan Pratama

SARI

Pratama, Anggio Agan. 2020. *"Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya pada Desain Kemasan LavaTalk"*. *Tugas Akhir,* Pembimbing: Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds.

Brownies balok lumer LavaTalk adalah sebuah usaha rumahan yang bergerak dibidang kuliner yang bertempat di daerah Ungaran. Pemiliknya bernama Dimas wahyu widayat, berdirinya usaha ini dilatar belakangi dari hobi memasak. Tugas akhir ini memiliki tujuan menciptakan desain kemasan baru yang lebih informatif. Dalam proses pembuatan kemasan produk brownies yang menarik harus memiliki acuan prinsip-prinsip desain seperti; keseimbangan, irama, keselarasan dan kesatuan.

Kemasan yang ingin dibuat adalah kemasan yang sederhana dengan penambahan ilustrasi yang berbeda pada setiap kemasan. Konsep desain kemasan yang ingin disajikan adalah desain yang dapat menonjolkan *image* coklat untuk produk LavaTalk.

Proses perancangan melalui beberapa tahapan mulai dari penentuan tujuan kemasan dibuat, pemikiran konsep kemasan yang diinginkan, berlanjut pada pembuatan sketsa kemasan, *dummy* kemasan, kemudian grafis diolah kembali menggunakan komputer, berlanjut pada pencetakan karya, *cutting*, perakitan kemasan dan penyajian karya. Proses pengolahan grafis seperti pembuatan bentangan kemasan, pemberian warna, teks, *logo* menggunakan aplikasi *CorelDraw X7*, sedangkan gambar ilustrasi pada kemasan dibuat menggunakan aplikasi *SAI.*

Hasil peracangan ini adalah berupa 8 kemasan baru Brownies LavaTalk dengan ukuran yang berbeda-beda. Mulai dari kemasan isi 2, kemasan isi 4, dan kemasan isi 8.

Kata Kunci: Identitas Visual, Desain kemasan, Brownies coklat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN ..... **iii**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
PRAKATA ..... **v**
SARI ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Alasan Pemilihan Tema 1
1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya 5
1.3 Tujuan 5
1.4 Manfaat 6

BAB II LANDASAN KONSEPTUAL **7**
2.1 Desain Kemasan 7
2.1.1 Tujuan dan Fungsi Desain Kemasan 8
2.1.1.1 Sebagai Media Komunikasi 10
2.1.1.2 Sebagai Media Informasi 11
2.1.2 Jenis Kemasan 11
2.1.2.1 Kemasan Primer 11
2.1.2.2 Kemasan Sekunder 12
2.1.2.3 Kemasan Tersier dan Kuarter 12
2.1.3 Fungsi Ilustrasi Pada Kemasan 12
BAB III METODE BERKARYA **14**
3.1 Media 14
3.1.1 Bahan 14
3.1.2 Alat 14
3.2 Teknik 14
3.3 Proses Berkarya 15
3.3.1 Pra Produksi 15
3.3.1.1 Konsep Desain 15
3.3.2 Produksi 16
3.3.3 Pasca Produksi 18

BAB IV ANALISIS KARYA **19**
4.1 Deskripsi Karya 19
4.1.1 Spesifikasi Karya 20
4.1.2 Spesifikasi Karya 21
4.1.3 Analisis Karya 21
4.1.4 Spesifikasi Karya 23
4.1.5 Spesifikasi Karya 24
4.1.6 Spesifikasi Karya 26
4.1.7 Spesifikasi Karya 27

4.1.8 Spesifikasi Karya 28
4.1.9 Spesifikasi Karya 29
4.1.10 Spesifikasi Karya 31
4.1.11 Spesifikasi Karya 32
4.1.12 Spesifikasi Karya 33
4.2 Analisis Karya 34
4.2.1 Aspek Teknis 34
4.2.2 Aspek Estetis 34
4.2.3 Aspek Pesan 36
BAB V PENUTUP 37
5.1 Kesimpulan 37
5.2 Saran 37
5.2.1 Bagi Produsen Brownies Balok Lumer LavaTalk 37
5.2.2 Bagi Konsumen 37
5.2.3 Bagi Desainer Pembelajar 38

DAFTAR PUSTAKA 39
LAMPIRAN 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan booth Brownies LavaTalk..... 2
Gambar 2 Tampilan instagram LavaTalk 3
Gambar 3 Tampilan kemasan lama LavaTalk 4
Gambar 4 Tampilan *logo* LavaTalk (sebelum diredesain)..... 19
Gambar 5 Tampilan *logo* LavaTalk (sesudah diredesain) 19
Gambar 6 Tampilan *logo grid* LavaTalk 20
Gambar 7 Tampilan *Logo Color* LavaTalk..... 21
Gambar 8 Bentangan Kemasan 1 23
Gambar 9 Foto kemasan 1..... 23
Gambar 10 Bentangan Kemasan 2 24
Gambar 11 Gambar 4.11 Foto kemasan 2..... 25
Gambar 12 Bentangan Kemasan 3 26
Gambar 13 Foto kemasan 3..... 26
Gambar 14 Bentangan Kemasan 4 27
Gambar 15 Foto kemasan 4..... 27
Gambar 16 Bentangan Kemasan 5 28
Gambar 17 Foto kemasan 5..... 28
Gambar 18 Bentangan Kemasan 6 29
Gambar 19 Foto kemasan 6..... 30
Gambar 20 Bentangan Kemasan 7 31
Gambar 21 Foto kemasan 7..... 31
Gambar 22 Bentangan Kemasan 8 32
Gambar 23 Foto Kemasan 8..... 33
Gambar 24 Desain Kartu Nama 33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing..... 41
Lampiran 2. Lembar Pembimbing Tugas Akhir 42
Lampiran 2. Kegiatan Pameran Tugas Akhir..... 43

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Tema

Usaha Kecil Menengah merupakan perekonomian rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil. Bidang yang digarap oleh Usaha Kecil Menengah antara lain: toko kelontong, salon kecantikan, restoran, kerajinan, dan lain-lain.

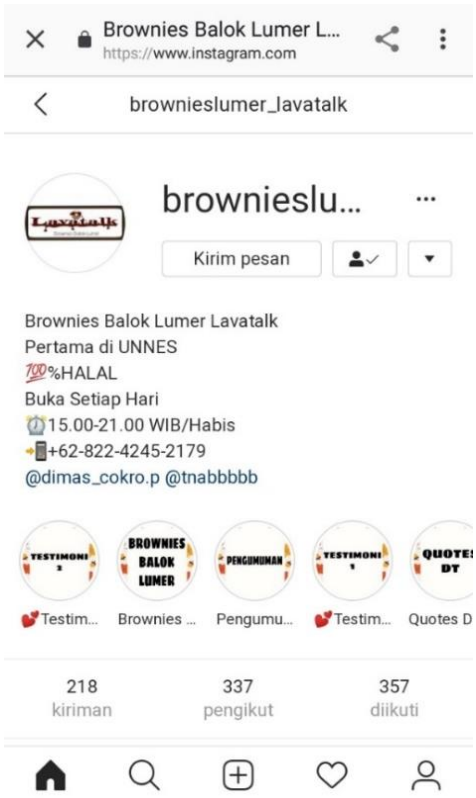
UKM memiliki peran penting dengan perusahaan-perusahaan besar dalam menciptakan lapangan kerja dan perumbuhan ekonomi (Giaoutzi et.al, 1988, Amstrong et.al, 2000, Tambunan, 2000, Sudarto, 2001). Urata (2000) yang telah mengamati perkembangan UKM di Indonesia menegaskan bahwa UKM memainkan beberapa peran penting di Indonesia. Beberapa perannya yaitu:
(1) UKM pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, (2) Penyedia kesempatan kerja, (3) Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat, (4) Pencipta pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitasnya serta keterkaiatn dinamis antar kegiatan perusahaan,
(5) Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas. Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas. Sementara itu, Tambunan (2001) menyebutkan bahwa UKM juga mampu mereduksi ketimpangan pendapatan *reducing income inequality* terutama di negara-negara berkembang.

Keberadaan UKM di Indonesia lebih ditingkatkan peranannya yaitu untuk mengatasi pengangguran dan pemerataan terhadap pendapatan di Indonesia selama periode 1998-2001 jumlah UKM di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 11% pertahun (Dinperindag, 2002). Pertumbuhan UKM memberikan dampak yang sangat positif terhadap penciptaan kesempatan kerja. Memulai usaha UKM tidak terlalu sulit dikarenakan modalnya yang tidak terlalu besar, karena banyaknya bisnis-bisnis UKM baru bermunculan. Setiap tahun banyak jenis usaha baru yang bermunculan, bisnis UKM ini banyak dijumpai, mulai dari lingkup pedesaan sampai ke pusat kota.

Gambar 1.1 Tampilan booth Brownies LavaTalk

Brownies balok lumer "LavaTalk" adalah UKM yang bertempat di jalan Taman Siswa Sekaran, Gunungpati, Semarang. Pemilik dari usaha ini adalah Dimas Wahyu Widayat, dalam usahanya beliau dibantu oleh dua karyawan yaitu Aziz dan Naning. UKM yang didirikan pada tanggal 13 Januari 2019 ini menjual produk makanan berupa Brownies coklat. Untuk saat ini Brownies balok lumer "LavaTalk" memiliki varian toping antara lain: *vanilla*, *green tea*, *taro*, *strawberry*, pisang, *tiramisu*, *marshmallow*, kacang, *oreo*, *almond*, *ceres*, *bubble pink*, dan keju. Untuk daftar harga brownies balok lumer "LavaTalk" satu *box* dengan isi 4 (belum termasuk toping) dihargai Rp12.000,00 sedangkan satu *box* dengan isi 8 dihargai Rp22.000,00. Untuk toping *box* isi 4 dihargai Rp3.000,00 per varian toping sedangkan *box* isi 8 dihagai Rp4.000,00 per varian toping.

Dalam memajukan usaha pasti ditemukan kendala dalam perjalanan bisnisnya, salah satu kendala yang dihadapi UKM Brownies balok lumer "LavaTalk" adalah kompetitor dalam bisnis. Banyak sekali dijumpai UKM yang membuka bisnis serupa sepert Donat Donie, Kue Bandung Rizky Moro dan masih banyak yang lainnya. Oleh karena itu upaya untuk menyaingi kompetitor lain UKM Brownies balok lumer "LavaTalk" mencoba mempromosikan produknya menggunakan media sosial.



Gambar 1.2 Tampilan instagram LavaTalk

Dengan majunya teknologi komunikasi sekarang ini tentunya mempermudah dalam hal pemasaran produk UKM. Banyak *platform* yang dapat digunakan sebagai upaya promosi serta pemasaran produk, salah satunya melalui media sosial selain mudah pemasaran melalui media sosial juga murah dan *fleksibel*, karena tidak terkait dengan waktu dan tempat. Brownies balok lumer "LavaTalk" mempromosikan produknya lewat media sosial Instagram. Melalui media sosial tersebut dijelaskan tentang produk Brownies yang dijual dengan

berbagai varian toping dan rasa. Lewat media sosial juga memudahkan pelanggan tahu jika brownies balok lumer “LavaTalk” mengeluarkan varian rasa baru.

Minimnya kesadaran bahwa desain dapat berpengaruh dengan citra produk masih menjadi masalah di kalangan pelaku UKM. Contohnya pada saat mengurus sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga atau P-IRT, salah satu syaratnya adalah melampirkan label produk atau merk dagang yang akan dipakai. Banyak dari pelaku UKM masih menggunakan desain label atau kemasan yang masih sederhana, bisa dikarenakan faktor pemaham tentang desain yang masih sedikit atau karena faktor ekonomi, dimana pelaku UKM enggan mengeluarkan dana lebih ke lembaga atau organisasi tertentu untuk membuat desain label dan atau kemasan produk miliknya.

Berdasarkan dari keterangan pemilik usaha brownies balok lumer “LavaTalk”, selama menjalankan bisnisnya UKM “LavaTalk” masih belum memiliki kemasan Brownies secara tetap. Pemilik usaha hanya membeli *box* jadi yang biasa dijual di pasar lalu menempelkan stiker “LavaTalk” saja pada kemasan produk Brownies miliknya, tak jarang kemasan yang dibeli memiliki ukuran yang tidak sesuai dengan produk yang dijual. Dalam hal ini sangat diperlukan desain kemasan baru untuk produk Brownies balok lumer “LavaTalk” dengan tujuan membuat kemasan yang lebih menarik yang diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan.

Berikut ini adalah tampilan kemasan lama Brownies balok lumer “LavaTalk”:

Gambar 1.3 Tampilan kemasan lama LavaTalk

1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya

Dalam pembuatan kemasan sebuah produk pangan, haruslah memiliki sebuah standarisasi kemasan. Menurut Kementrian Koperasi dan UKM RI dalam sebuah kemasan harus tercantum nama produk, produsen produk, *logo*, keterangan tentang berat bersi atau isi bersih, tanggal kadaluarsa, komposisi, deskripsi produk, nomor layanan konsumen dan lainnya, elemen-elemen berikutlah yang membedakan produk satu dengan yang lainnya meskipun sejenis. Tanpa melupakan fungsi utama yang paling penting dari sebuah kemasan apakah dapat melindungi produk dengan baik atau malah tidak.

Tidak bisa dipungkiri lagi pada saat ini kemasan lebih menonjolkan aspek visual dari pada fungsi, meskipun fungsi tetaplah menjadi hal paling utama. Hal ini dikarenakan permintaan pasar yang terus menginginkan sesuatu yang dapat membuatnya tertarik. Agar dapat memenuhi permintaan pasar tersebut, maka perlu dilakukannya pembaharuan kemasan dalam jangka watktu tertentu, agar kemasan tetap memiliki daya tarik sesuai keinginan pasar dan tentunya dapat melindungi produk dengan baik. Desain kemasan *box* dipilih sebagai tugas akhir karena dengan kemasan *box* mampu melindungi produk makanan berupa brownies agar lebih aman sampai ke tangan konsumen. Kemasan yang dibuat adalah kemasan berbahan kertas karena dengan menggunakan media tersebut, selain harganya yang cukup terjangkau media tersebut juga cukup kuat untuk melindungi produk berupa brownies.

Berdasarkan dari upaya pemilik usaha untuk meningkatkan omset penjualan, maka akan dirancang sebuah kemasan yang baru, mengingat kemasan Brownies balok lumer “LavaTalk” yang dahulu masih masih belum memiliki kemasan brownies yang tetap. Dengan memperbaiki kemasan produk Brownies balok lumer “LavaTalk” diharapkan juga akan memperbaiki jangkauan pemasaran, menambah nilai jual produk dan meningkatkan daya saing dengan produk-produk yang serupa.

1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah menghasilkan alternatif desain kemasan baru untuk produk Brownies balok lumer “LavaTalk” untuk mendukung

kegiatan produksi. Menjadikan desain kemasan “LavaTalk” lebih baik dari desain sebelumnya dari segi visual.

1.4 Manfaat

Hasil Proyek Studi Perancangan Desain Kemasan Produk Brownies balok lumer “LavaTalk” diharapkan dapat memberikan manfaat:

a) Bagi penulis, meningkatkan kreativitas berkarya dan mengembangkan keilmuan dalam bidang desain komunikasi visual terutama dalam hal perancangan desain kemasan
b) Bagi Brownies balok lumer “LavaTalk”, kemasan yang dibuat dapat menjadikan desain kemasan LavaTalk yang lebih baik dari sebelumnya, dari segi visual dan ukuran yang lebih memadahi, dan diharapkan juga dapat meningkatkan harga jual produk.
c) Bagi pembaca, dapat menambah wawasan pengetahuan tentang pembuatan desain kemasan yang baik dan benar.

BAB II
LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Desain Kemasan

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006:33) kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Menurut Cenadi (2000:93) menyatakan kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan juga dapat mangurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam pengiriman.

Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

Menurut Jaswin (2008: 15) cara-cara pengemasan sangat erat hubungan dengan kondisi komoditas atau produk yang dikemas serta cara transportasinya. Pada prinsipnya pengemas harus memberikan suatu kondisi yang sesuai dan berperan sebagai pelindung bagi kemungkinan perubahan keadaan yang dapat mempengaruhi kualitas isi kemasan maupun bahan kemasan itu sendiri.

Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk (Julianti, 2014). Menurut beliau, kemaan memiliki banyak fungsi yaitu melindungi kualitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen, membuat bisa diproduksi secara massal, dan juga menjadi pemicu konsumen untuk tertarik membeli produk tersebut.

Swastha mengartikan (1980:139) pembungkusan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Menurut Saladin (1996: 28) kemasan adalah wadah atau bungkus. Agar tampilannya efisien, menarik, dan mudah digunakan. Sebuah desain kemasan membutuhkan beberapa ide kreatif. Dimana desainer kemasan harus memperhatikan dan mengaitkan beberapa hal yaitu, bentuk, struktur, material, citra dan warna, serta memiliki kandungan mengenai informasi produk sehingga dapat dipasarkan.

Menurut Silva (2008:139) kemasan merupakan perlengkapan utama untuk melindungi sebuah produk dan juga berfungsi sebagai bagian dari alat bauran *marketing* untuk menyampaikan pesan komunikasi grafis dan *brand* bersama dengan produk itu sendiri langsung kepada konsumen. Dengan kata lain dapat menyampaikan tentang *brand idea*. Kemasan atau yang dalam bahasa inggris disebut *packaging* adalah kegiatan penempatan produk ke dalam wadah atau *container*, tempat isi, yang dilakukan oleh produsen atau pemasar untuk disampaikan kepada konsumen.

2.1.1 Tujuan dan Fungsi Desain Kemasan

Menurut Kartajaya (2000:95), seorang pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dulu orang bilang "p*ackaging protects what it sells* (kemasan melindungi apa yang dijual)." Sekarang,

"p*ackaging sells what it protects* (kemasan menjual apa yang dilindungi)." Dengan kata lain, kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya.

Perkembangan fungsional kemasan tidak hanya berhenti sampai di situ saja. Sekarang ini kemasan sudah berfungsi sebagai media komunikasi. Misalnya pada kemasan susu atau makanan bayi seringkali dibubuhi nomor telepon *toll-free* atau bebas pulsa. Nomor ini bisa dihubungi oleh konsumen tidak hanya untuk *complain*, tetapi juga sebagai pusat informasi untuk bertanya tentang segala hal yang berhubungan dengan produk tersebut.

Kemasan juga dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan suatu citra tertentu. Contohnya, produk-produk makanan Jepang. Orang Jepang dikenal paling pintar membuat kemasan yang bagus. Permen Jepang seringkali lebih enak dilihat daripada rasanya. Mereka berani menggunakan bahan-bahan mahal untuk membungkus produk yang dijual. Walaupun tidak ada pesan apa-apa yang ditulis pada bungkus tersebut, tapi kemasannya mengkomunikasikan suatu citra yang baik. Semua produk yang dijual di pasar swalayan harus benar-benar direncanakan kemasannya dengan baik. Karena produk dalam kategori yang sama akan diletakkan pada rak yang sama. Jika produsen ingin meluncurkan suatu produk baru, salah satu tugas yang penting adalah membuat kemasannya *stands out*, lain dari pada yang lain dan unik. Kalau tidak terkesan berbeda dengan produk lain, maka produk baru itu akan "tenggelam". Sebelum mencoba isinya, konsumen akan menangkap kesan yang dikomunikasikan oleh kemasan. Dengan demikian kemasan produk baru tersebut harus mampu "beradu" dengan kemasan produk-produk lainnya.

Menurut Wijayanti (2012), kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu :

1. Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai ketegori produk.
2. Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang ditoko.
3. Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
4. Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelebelan.

5. Merupakan hasil desain produk yang menunjukan produk tersebut.

Menurut (Klimchuk, 2007: 49), Secara umum tujuan desain kemasan adalah:

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk untuk menjadi pembeda dengan produk lain, hal ini sebagia upaya untuk menarik perhatian.
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk.
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda sesuai dengan kategori.
6. Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

Menurut Powell (2013) kemasan selain memiliki visual yang menarik juga harus memiliki banyak fungsi yaitu sebagai pengaman untuk melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbul kerusakan pada produk, kemudian harus *ergonomic* agar kemasan mudah dibawa atau dipegang, dibuka dan muda diambil atau dihabiskan isinya, mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor dan sampai ke tangan konsumen dengan baik, memiliki identitas produk agar lebih mudah dikenali dan dibedakan dengan produk lainnya, kemasan yang ekonomis dan juga kemasan yang *eco friendly* dengan bahan kemasan yang digunakan tidak mencemari lingkungan.

2.1.1.1 Sebagai Media komunikasi

Patton (2006:181) mengartikan komunikasi sebagai penyampaian (transfer) informasi dan pengertian dari suatu orang ke orang lain. Komunikasi merupakan cara menyampaikan gagasan, fakta, pikiran, perasaaan, dan nilai pada orang lain. Komunikasi adalah jembatan arti diantara orang-orang sehingga mereka dapat berbagi hal-hal yang mereka rasakan dan ketahui.

Menurut Wheller (2009:160) *"Packaging are brands that you trust enough to take into your home. We are continually comforted and cajoled by packaging shapes, graphics, colors, messages, and containers. The self is probably the most competitive marketing environment that exist"*. Artinya kemasan yang mampu

menarik perhatian dapat memberikan gambaran awal mengenai keseluruhan kualitas suatu produk yang dapat mempercayai konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Melalui kemasan, konsumen dibuat tertarik dengan grafik, warna, pesan, dan wadah. Selain memenuhi fungsi pokok diatas, kemasan dapat dijadikan sebagai alat pencitraan, dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk secara unik.

Melalui proses komunikasi untuk menciptakan kemasan yang memiliki daya tarik visual, produsen selaku komunikator, berperan sebagai penyampai gagasan awal (*encoder*), menciptakan materi komunikasi berupa *signals* terdiri dari elemen visual kemasan, kepada komunikan dengan tujuan gagasan tersebut sampai di benak penerima *signal*. Target audien selaku komunikan (*decoder*) akan memberikan respon melalui proses interpretasi yang bertujuan mengartikan kembali *signals* (Safanayong,2006:16).

Daya tarik visual pada kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang sederhana dan langsung dengan kehadiran identitas yang jelas. Semakin sederhana tampilan sebuah kemasan dan hirarki elemen visual kemasan diatur dengan baik, maka informasi yang dikomunikasikan dapat dengan mudah di mengerti, jelas terbaca, sehingga perbedaan produk dengan produk sejenis mudah dibedakan (Danger, 1992:22).

2.1.1.2 Sebagai Media Informasi

Sutanta (2011:13) berpendapat bahwa informasi merupakan hasil pengolahan data sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan mempunyai kegunaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara langsung saat itu juga atau secara tidak langsung pada saat mendatang.

2.1.2 Jenis Kemasan

Menurut Kotler & Keller (2009:27) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk.

Berdasarkan struktur isi, kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

2.1.2.1 Kemasan Primer, yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, dan lain lain).

2.1.2.2 Kemasan Sekunder, yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus dan sebagainya.

2.1.2.3 Kemasan Tersier dan Kuarter, yaitu kemasan yang diperlukan untuk menyimpan, pengiriman atau identifikasi. Kemasan tersier umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.

Berdasarkan frekuensi pemakaiannya, kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

a. Kemasan sekali pakai *(Disposable)*, yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.
b. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali *(Multi Trip)*, kemasan jenis ini umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik. Contohnya botol minuman dan botol kecap.
c. Kemasan yang tidak dibuang *(Semi Disposable)*. Kemasan ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai.

2.1.3 Fungsi ilustrasi Pada Kemasan

Ilustrasi pada kemasan dapat memberi kesan berbeda terhadap kepribadian merek. Bila digunakan secara efektif, ilustrasi/foto dapat memberikan impresi visual yang kuat dan dapat membangun citra produk dibenak target audien. Sebagai strategi komunikasi produk ilustrasi mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melihat gambar sebelum membaca teks. Ilustrasi pada kemasan dapat berupa gambar produk secara penuh, gambar kandungan bahan pada produk, maupun gambar ilustrasi grafis berupa simbol sebagai daya tarik (Sari, 2013:50).

Sebagian besar kemasan memiliki suatu bentuk ilustrasi produk, tetapi ilustrasi langsung tidak selalu menyampaikan kesan yang tepat dan mungkin perlu untuk memakai sketsa atau simulasi. Haruslah berhati-hati jika ilustrasi mencakup angka, umur, tipe orang dan pakaian. Pakaian sebaiknya tidak tampak, karena dapat

membuat kemasan terlihat usang. Sama halnya, sebuah produk yang dimaksudkan untuk menarik wanita muda harus menggunakan ilustrasi wanita muda bukan dengan yang setengah baya. Kemasan ekspor biasanya menarik manfaat dari ilustrasi, tetapi ilustrasi tersebut harus cocok dengan pasarnya. Kemasan harus mencerminkan produknya, karena beberapa orang buta huruf dan ilustrasi mungkin menghindarkan dari perlunya membaca (Danger,1992:149).

Ilustrasi pada kemasan juga digunakan untuk mengkomunikasikan secara informatif, fungsional dan mendidik mengenai petunjuk membuka dan menutup kemasan, penggunaan dan menyiapkan produk, peringatan hati-hati atau bahaya. Biasanya ilustrasi ini terpisah dari elemen visual yang lebih estetis dan mempunyai tujuan penting untuk memberi pengarahan bagi konsumen (Klimchuck dan Krasovec,2007:199).

BAB III
METODE BERKARYA

3.1. Media

Dalam proses pembuatan sebuah karya, maka diperlukan beberapa media, antara lain :

3.1.1 Bahan

Kertas

Tinta

Lem kertas

3.1.2 Alat

Manual

1. Pensil
2. Buku gambar
3. Penggaris
4. *Cutter*
5. Gunting

Perangkat keras atau *hardwere*

1. Laptop ASUS X453M
2. *Mouse* merek TOSHIBA
3. *Pen tablet* wacom
4. *Flash disk* TOSHIBA

Perangkat lunak atau *software*

1. CorelDRAW X7
2. Paint tool SAI

3.2 Teknik

Teknik berkarya yang digunakan dalam pembuata desain kemasan Brownies balok lumer "LavaTalk" adalah sepenuhnya *digital*, namun pada tahap awal perancangan tetap menggunakan proses manual menggambar sketsa di atas kertas gambar, guna mengetahui gambaran bagaimana kemasan nantinya akan dibuat. Kemudian sketsa

dipindah ke komputer dengan difoto untuk selanjutnya dibuat menggunakan teknik digital dengan memanfaatkan *software* yang telah tersedia. Konsep bentuk kemasan yang dibuat mengacu pada bentuk-bentuk kemsan konvensional, yakni kemasan *box*. Mengingat Brownies tidak bisa dibawa dengan sembarang kemasan karena kemungkinan akan merusak toping dari Brownies tersebut. Ilustrasi pada kemasan yang nantinya menjadi pembeda dengan kemasan yang lainya.

3.3 Proses Berkarya

Dalam proses berkarya dibagi menjadi tiga tahapan diantaranya adalah pra produksi (tahap persiapan), produksi (proses pengerjaan karya), dan pasca produksi (setelah menghasilkan karya).

3.3.1 Pra Produksi

Dalam wawancara yang telah dilakukan kepada Dimas Wahyu Widayat selaku pemilik usaha Brownies balok lumer "LavaTalk" diketahui bahwa kendala yang dialami adalah UKM Brownies balok lumer "LavaTalk" masih belum memiliki kemasan brownies secara tetap. Pemilik usaha hanya membeli *box* jadi yang biasa dijual di pasar lalu menempelkan stiker "LavaTalk" saja pada kemasan produk Brownies miliknya, tak jarang kemasan yang dibeli memiliki ukuran yang tidak sesuai dengan produk yang dijual. Dalam hal ini sangat diperlukan desain kemasan baru untuk produk Brownies balok lumer "LavaTalk" dengan tujuan membuat kemasan yang lebih menarik yang diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan.

Dalam hal ini akan dilakukan perancangan kembali desain kemasan dari UKM Brownies balok lumer "LavaTalk" guna memberikan alternatif desain kemasan baru untuk mendukung kegiatan produksi.

3.3.1.1 Konsep Desain

Dalam mengawali pembuatan desain hendaknya untuk menyiapkan ide-ide mengenai konsep yang akan direalisasikan dalam perancangan kemasan produk. Ide atau konsep adalah hasil dari pemikiran dasar mengenai gagasan awal yang akan

diangkat. Diperlukan riset mengenai perusahaan yang dimaksud, agar karya yang dihasilkan tidak asal-asalan dan sesuai apa yang diinginkan.

Berdasarkan pada hasil pengamatan yang telah dilakukan, dapat ditarik rumusan hal yang dapat diaplikasikan pada pembuatan kemasan Brownies balok lumer "LavaTalk" yakni:

1. Target pasar Brownies balok lumer "LavaTalk" adalah mereka yang suka dengan makanan manis, baik pria maupun wanita, rentan usia mulai 5-40 tahun, dan memiliki rasa ingin berbagi dengan sekitarnya
2. Pembuatan desain kemasan produk Brownies balok lumer "LavaTalk" tidak melupakan fungsi utama dari sebuah kemasan, yakni melindungi produk agar tetap utuh sampai di tangan konsumen. Selain agar produk terlindungi dari benturan, debu, dan sinar matahari langsung, kemasan juga didesain agar mudah dibawa kemana-mana.
3. Konsep yang diusung menggunakan warna yang dapat mencerminkan rasa manis, karena warna ikut memegang peranan penting dalam membuat *image* suatu produk.
4. Kemasan yang dibuat termasuk kemasan *box*, sehingga dapat menghemat ruang ketika kemasan masih disimpan. Menggunakan kertas *art carton* sebagai bahan kemasannya, kertas yang cukup tebal dan kuat untuk melindungi produk Brownies balok lumer "LavaTalk".

3.3.2 Produksi

1. Membuat Sketsa Desain

Pada tahap sketsa dilakukan untuk mempermudah dalam pembuatan *logo*, sedangkan untuk pembuatan ilustrasi kemasan dan lain-lain dibuat langsung secara digital. Pembuatan *logo* Brownies balok lumer "LavaTalk" dimulai dengan membuat sketsa pada kertas gambar.

2. Proses Digitalisasi Desain

Setelah seketsa selesai selanjutnya gambar difoto lalu dilakukan proses digitalisasi *logo* menggunakan *softwere* CorelDRAW X7. Setelah proses pembuatan *logo* selesai selanjutnya memulai tahap desain kemasan. Kemasan dibuat langsung

secara digital menggunakan *software* CorelDRAW X7, selanjutnya pembuatan ilustrasi kemasan, ilustrasi dibuat mengguakan *software* Paint tool SAI dan menggunakan bantuan *pen tablet,* dalam pemembuatan ilustrasi kemasan juga dibuat langsung digital tanpa melalui proses sketsa di kertas gambar, Setelah ilustrasi selesai selanjutnya menyatukan ilustrasi dengan desain kemasan.

3. Cetak *Dummy*

Pada tahap ini sangat penting dalam pembuatan kemasan. *dummy* ini berfungsi untuk mengetahui apakah kemasan yang telah dirancang sesuai dengan produk, sehingga siap untuk diproduksi massal. Biasanya yang harus diperhatikan adalah kesesuaian ukuran kemasan, kesesuaian warna dan mengecek kembali bila ada kesalahan penulisan pada desain kemasan.

4. Proses Cetak

Print-out/Hasil cetak nantinya menghasilkan berbagai ukuran dan bentuk, untuk menghasilkan kualitas yang maksimal pada hasil kemasan, efisiensi waktu dan menekan biaya produksi, maka proses cetak melalui *digital printing*.

5. Proses *cutting*

Selanjutnya adalah proses *cutting* tahapan dimana hasil cetakan kertas kemasan yang masih lembaran dipotong mengikuti garis potong yang telah tersedia agar mempermudah dalam pembentukan kemasan secara utuh atau tiga dimensi.

6. Proses *assembling* atau perakitan

Setelah kertas desain selesai melalui tahapan *cutting* selanjutnya adalah proses *assembling* atau perakitan, perakitan dilakukan dengan cara menyatukan sisi satu dengan yang lain dari sebuah cetakan desain kemasan menggunakan lem kertas yang telah disediakan hinga menjadi kemasan jadi.

3.3.3 Pasca Produksi

Sebelum karya disajikan dalam pameran karya dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing agar dosen pembimbing mengetahui karya-karya yang baik dan layak untuk dipamerkan. Serta memastikan bahwa karya berupa desain kemasan siap dipamerkan. Kemudian desain kemasan dipamerkan pada pameran yang diselenggarakan pada tanggal 27 mei 2019 di galeri B9 FBS UNNES. Pameran diselenggarakan selama tiga hari dimulai tanggal 27 Mei sampai 29 Mei 2019.

BAB IV
ANALISIS KARYA

4.1 Deskripsi Karya

Untuk membangun visualisasi yang baik, maka proses perancangan diawali dengan identitas visual. Berikut adalah deskripsi tentang *logo* yang dibuat untuk produk UKM Brownies balok lumer "LavaTalk".

Logo

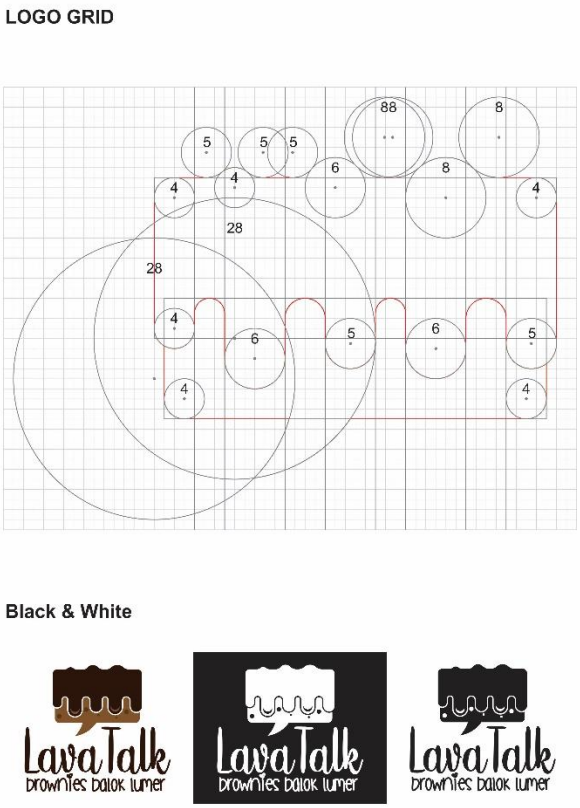
Gambar 4.4 Tampilan *logo* LavaTalk (sebelum diredesain)

Gambar 4.5 Tampilan *logo* LavaTalk (sesudah diredesain)

Karya berupa *logo* dari produk Brownies balok lumer "LavaTalk" yang dirancang berdasarkan kebutuhan branding dari kue Brownies "LavaTalk". Konsep penyusunan dari *logogram* yang dibuat adalah gabungan antara kue Brownies dengan balon teks serta lelehan coklat lava diatasnya, mengartikan bahwa Brownies "LavaTalk" ini memiliki lelehan coklat yang banyak, yang bermakna kue Brownies "LavaTalk" ini kaya akan coklat. *Headline font* menggunakan *font* "Sweet Hipster"

font yang memiliki kesan manis dan lembut, sedangkan *description font* menggunakan *font* “HotlineBling”.

4.1.1 Spesifikasi karya



Gambar 4.6 Tampilan *logo grid* LavaTalk

Logo grid berfungsi untuk menentukan ukuran pada *layout logo* sehingga klien dapat terbantu untuk memproporsikan ukuran *logo* agar konsisten serta *layout logo* terlihat sesuai ketika dilihat.

4.1.2 Spesifikasi karya

Gambar 4.7 Tampilan *Logo Color* LavaTalk

Desain kemasan didominasi dengan warna coklat (C=55 M=73 Y=78 K=78), warna coklat merupakan warna yang mecerminkan rasa manis, sesuai dengan produk Brownies "LavaTalk" yang memang didominasi dengan rasa manis.

4.1.3 Analisis Karya

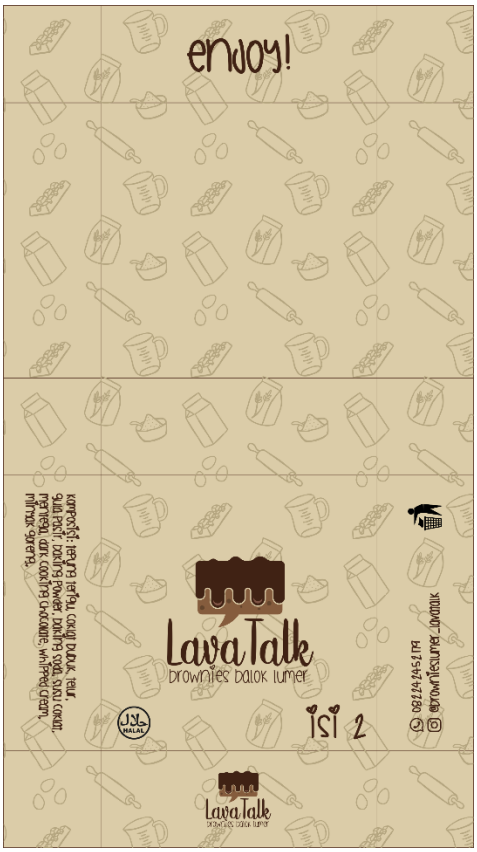
Aspek Teknis : Teknik yang digunakan dalam pembuatan desain *logo* dimulai dengan menggambar sketsa *logo* pada kertas gambar secara manual, selanjutnya sketsa gambar yang sudah jadi kemudian difoto lalu dipindahkan pada komputer untuk selanjutnya dibuat dengan teknik vektor meenggunakan *software* CorelDRAW X7.

Aspek Estetis : Desain *logo* yang diterapkan mengarah pada prinsip desain yang ada yaitu: (1) kesatuan (*Unity*) dari berbagai elemen desain pada *logo* dibuat menyatu dan memiliki sebuah kesatuan dilihat dari *logo* yang memiliki berbagai elemen desain namun terlihat menyatu. (2) keseimbangan

(*Balance*) Pemilihan warna *logo* menggunakan pendekatan *analogus* yaitu tingkatan warna berdekatan dari gelap ke terang dalam urutan beberapa warna juga memberikan kesan keseimbangan didalamnya. (3) Ritme (*Rhythm*) Prinsip desain ritme ditunjukan pada visual lelehan coklat pada *logo* yang berbentuk seperti gelombang yang dibuat secara sama dan mengulang, lelehan coklat pada *logo* mengartikan bawa Brownies balok lumer "LavaTalk" memiliki kandungan coklat yang melimpah. (4) Penekanan (*emphasis*) pada *logo* terlihat pada *logogram* tepatnya pada visual lelehan coklat, pada visual lelehan coklat dibuat proporsi yang lebih besar untuk menarik pandangan mata pada lelehan coklat tersebut. (5) Proporsi pada desain *logo* proporsi antara *headline* dengan *tagline* dibuat berbeda ukuran. Pada *headline* dibuat lebih besar dari *tagline* agar pengelihatan mengarah pada *headline* lalu dilanjutkan pada *tagline.*

Aspek Komunikasi : *Logo* berbentuk Brownies yang digabung dengan balon teks ditambahkan visual lelehan coklat lava di atasnya, mengartikan bahwa Brownies "LavaTalk" ini memiliki kandungan coklat yang melimpah.

4.1.4 Spesifikasi karya



Gambar 4.8 Bentangan Kemasan 1

Tampak atas tampak samping Tampak Depan

Gambar 4.9 Foto kemasan 1

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 2

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.6.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran Kemasan : 8.5 cm x 8.5 cm x 3.0 cm

4.1.5 Spesifikasi karya

Gambar 4.10 Bentangan Kemasan 2

Tampak Atas Tampak Depan Tampak Samping

Gambar 4.11 Foto kemasan 2

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 2

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.6.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 10.0 cm x 10.0 cm x 3.0 cm

4.1.6 Spesifikasi karya

Gambar 4.12 Bentangan Kemasan 3

Tampak Atas Tampak Samping tampak depan

Gambar 4.13 Foto kemasan 3

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 4

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.11.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah

dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 16.5 cm x 8.5 cm x 3.0 cm

4.1.7 Spesifikasi karya

Gambar 4.14 Bentangan Kemasan 4

Tampak Atas Tampak Samping Tampak Depan

Gambar 4.15 Foto kemasan 4

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 4

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

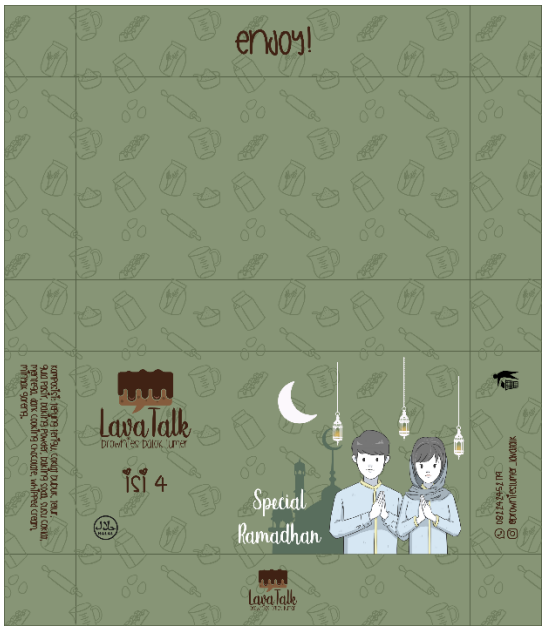
Harga Jual : Rp.11.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 16.5 cm x 8.5 cm x 3.0 cm

4.1.8 Spesifikasi karya



Gambar 4.16 Bentangan Kemasan 5

Tampak Atas Tampak Samping Tampak Depan

Gambar 4.17 Foto kemasan 5

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 4

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.11.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 16.5 cm x 8.5 cm x 3.0 cm

4.1.9 Spesifikasi karya

Gambar 4.18 Bentangan Kemasan 6

Tampak Atas Tampak Samping Tampak Depan

Gambar 4.19 Foto kemasan 6

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 4

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.11.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 18.0 cm x 10.0 cm x 3.0 cm

4.1.10 Spesifikasi karya

Gambar 4.20 Bentangan Kemasan 7

Tampak Atas

Tampak Samping

Gambar 4.21 Foto kemasan 7

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 8

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.21.000/*box*

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 16.5 cm x 16.5 cm x 3.0 cm

4.1.11 Spesifikasi karya

Gambar 4.22 Bentangan Kemasan 8

Tampak Depan Tampak Samping Tampak Depan

Gambar 4.23 Foto Kemasan 8

Jenis Karya : Desain Kemasan

Karya : Kemasan Isi 8

Produk : Brownies balok lumer “LavaTalk”

Harga Jual : Rp.21.000/box

Konsep Kemasan : Kemasan sederhana, melindungi produk, mudah dibawa oleh konsumen, mencerminkan rasa manis

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 18 cm x 18 cm 3.0 cm

4.1.12 Spesifikasi karya

Gambar 4.24 Desain Kartu Nama

Jenis karya : Desain Kartu Nama

Media : Cetak digital kertas *ivory* 230 GSM laminasi *doff*

Ukuran karya : 9.0 cm x 5.5 cm

Warna : Coklat

Software : CorelDRAW X7

Konsep Desain : Membuat desain kartu nama yang sederhana namun terlihat elegan.

4.2 Analisis Karya

Tujuan dibuatnya desain kemasan "LavaTalk" ini adalah membuat alternatif desain kemasan untuk UKM "LavaTalk" karena memang "LavaTalk" masih belum memiliki desain kemasan secara tetap. Dalam hal ini akan dibuat sebuah desain kemasan yang baru yang lebih menarik.

4.2.1 Aspek Teknis

Teknis yang digunakan dalam pembuatan *logo* desain dengan pendekatan vektor, desain *logo* dibuat sketsa terleih dahulu pada kertas gambar dan dilanjutkan proses digital menggunakan *software* CorelDRAW X7.

Desain ilustrasi yang ada pada kemasan dibuat secara digital menggunakan *software* paint tool SAI yaitu *software* pengolah bitmap yang biasa dipakai para desainer untuk membuat komik atau ilustrasi. Dalam pembuatan ilustrasi kemasan dibantu dengan alat *pen tablet*.

Setelah *logo* dan gambar ilustrasi selesai selanjutnya membuat bentangan kemasan. Dalam pembuatan bentangan kemasan dibuat langsung secara digital menggunakan *software* CorelDRAW X7. Dalam pembuatan bentangan kemasan *tool* yang sering digunakan adalah *Rectangle tool* dan *freehand tool.*

4.2.2 Aspek Estetis

Desain pada kemasan didominasi *logo* dari perusahaan dengan tambahan ilustrasi sebagai penambah irama pada kemasan. Ilustrasi pada kemasan Brownies balok lumer "LavaTalk" memiliki gaya gambar kartun, gaya ilustrasi kartun adalah gaya gambar yang memiliki kesan lucu, penuh warna, dan menarik untuk dilihat.

Logo yang diterapkan mengacu pada prinsip desain antara lain:

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan dalam prinsip desain adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dari berbagai elemen desain pada *logo* dibuat menyatu dan memiliki sebuah kesatuan dilihat dari *logo* yang memiliki berbagai elemen desain namun terlihat menyatu. Prinsip kesatuan juga diterapkan pada warna *logo*. Komposisi warna yang digunakan pada *logo* menggunakan pendekatan *analogus*. Warna *analogus* yaitu tingkatan warna berdekatan dari gelap ke terang dalam urutan beberapa warna, dalam *logo* menggunakan warna dari coklat gelap ke warna coklat yang lebih terang.

2. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan (*balance*) pada *logo* dapat dilihat dari ukuran antara *logogram* dengan *logotype* yang terlihat memiliki proporsi yang sama. Pemilihan warna *logo* menggunakan pendekatan *analogus* yaitu tingkatan warna berdekatan dari gelap ke terang dalam urutan beberapa warna juga memberikan kesan keseimbangan didalamnya.

3. Ritme (*rhythm*)

Ritme (*rhythm*) adalah pembuatan desain dengan prinsip menyatukan irama bisa juga pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Prinsip desain ritme ditunjukan pada visual lelehan coklat pada logo yang berbentuk seperti gelombang yang dibuat secara sama dan mengulang, lelehan coklat pada *logo* mengartikan bawa Brownies balok lumer “LavaTalk” memiliki kandungan coklat yang melimpah.

4. Penekanan (*emphasis*)

Penekanan (*emphasis*) pada *logo* terlihat pada *logogram* tepatnya pada visual lelehan coklat, pada visual lelehan coklat dibuat proporsi yang lebih besar untuk menarik pandangan mata pada lelehan coklat tersebut. Hal ini juga diperkuat dengan pemilihan warna pada bagian lelehan coklat, warna yang dipilih adalah coklat pekat yang membuatnya terlihat kontras dengan bagian bawah Brownies.

5. Proporsi

Proporsi dalah perbandingan ukuran yang ideal dari objek, baik menurut kenyataan atau perasaan. Pada desain *logo* proporsi antara *headline* dengan *tagline* dibuat berbeda ukuran. Pada *headline* dibuat lebih besar dari *tagline* agar pengelihatan mengarah pada *headline* lalu dilanjutkan pada *tagline.*

4.2.3 Aspek Pesan

Dalam pemilihan warna kemasan standar Brownies balok lumer "LavaTalk" dipilih warna yang mencerminkan rasa manis dan hangat maka dipilihlah warna coklat. Pemilihan *font* juga dibuat agar sesuai dengan karakteristik produk, *font headline* logo pada kemasan dipilih *font* yang mencerminkan rasa manis dan lembut maka dari itu dipilih *font* "sweet hipster", sedangkan pada *tagline* dan keterangan pada kemasan digunakan *font* "HotlineBling" yang memberikan kesan manis dan ceria. Ilustrasi yang dibuat pada kemasan Brownies balok lumer "LavaTalk" dibuat dengan pendekatan kartunal yang memiliki tema berbeda di setiap kemasan. Ilustrasi pada kemasan ditampilkan karakter berpasangan, pesan yang terkandung dalam ilustrasi adalah bahwa brownies balok lumer "LavaTalk" cocok dinikmati secara bersama.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui proses berkarya tugas akhir ini, diciptakanlah kemasan yang baru bagi Brownies balok lumer "LavaTalk" yang nantinya akan dipergunaka oleh pemilik sebagai pembaharu kemasan yang lama. Dengan dibuatnya kemasan baru ini juga memiliki tujuan untuk memberikan *branding* produk yang lebih baik dari sebelumnya. Kemasan baru dibuat dengan menggunakan material yang lebih aman dari kemasan sebelumnya, sehingga kemasan memiliki daya tahan yang lebih untuk melindungi produk. Kemasan yang baru juga memiliki visual yang lebih menarik dari kemasan yang lama.

Kemasan yang baru juga memiliki bentuk dan ukuran yang telah disesuaikan dengan produk, menggunakan warna yang sesuai dengan karakter produk. Terdapat 8 kemasan baru yang telah dibuat, antara lain kemasan isi 1 model 1, kemasan isi 1 model 2, kemasan isi 4 model 1, kemasan isi 4 model 2, melasan isi 4 spesial tahun baru, kemasan isi 4 spesial Ramadhan, kemasan isi 8 spesial tahun baru, kemasan isi 8 model 1.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Produsen Brownies Balok Lumer "LavaTalk"

Menggunakan kemasan yang menarik, inovatif, informatif dan protektif sangat berpengaruh untuk mengangkat nilai produk dikalangan konsumen. Karena jika dari segi kemasan atau visual calon konsumen sudah tertarik, maka besar kemungkinan akan berlanjut ke proses transaksi.

5.2.2 Bagi Konsumen

Masyarakat diharapkan akan lebih menghargai dan tertarik terhadap produk UKM. Juga agar masyarakat lebih teliti dalam membeli sesuatu dan cek keadaan produk sebelum dibawa untuk meminimalisir produk yang rusak atau kadaluarsa.

5.2.3 Bagi Desainer Pembelajar

Sebagai bagian dari proses pembelajaran kegiatan perancangan, agar mahasiswa dapat berlatih untuk menjalin komunikasi yang baik dengan *client*. Selain itu mahasiswa juga harus menjaga sopan santun dan agar disiplin waktu saat membuat desain.

DAFTAR PUSTAKA

Cenadi, Christine Suharto. 2000. *"Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran"*. Jurnal Nirmana Vol. 2, No. 1 Januari 2000 : 92-103

Danger, E.P. 1992. *Selecting Colour for Packaging* atau *Memilih Warna Kemasan*, Diterjemahkan Oleh: Darwis Ishak. Jakarta: PT. Karya Unipress.

Irhandayaningsih, A. 2018. *Penerapan Teknologi Produksi dan Perbaikan Kemasan Produk Guna Meningkatkan Nilai Produk Batik Tulis di Kampung Batik Kauman Pekalongan.* Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, *2*(2), 137-143. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Penerapan+Teknologi+Produksi+dan+Perbaikan+Kemasan+Produk+Guna+MeningkatkanNilai+Produk+Batik+Tulis+di+Kampung+Batik+Kauman+Pekalongan&btnG=

Jaswin M. 2008. *Packaging Materials and its Applications*. Jakarta: Indonesia Packaging Federation.

Julianti, Sri. 2014. *The art of packaging*. Jakarta, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kartajaya, Hermawan. Marketing Plus 2000 *Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.

Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. *Packaging Design*, Jakarta. Erlangga.

Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. 2006, *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf atau Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. 2007, Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Patton, Andri, 2006, *Perilaku dan Pengembangan Organisasi*, Agritek Yayasan Pembangunan Nasional Malang: Malang.

Powell, Stephen. 2013. *Teori kemasan.* Diakses 2 Februari 2020, dari https://www.scribd.com/doc/135729657/TeoriKemasan.

Rangkuti, Freddy. 2010. *Perbedaan Mendasar Loyalitas Merek dengan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rosner, Klimchuk Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2002. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.

Sadgotra, Yoga Wisnu, & Saputra, Hadi Erik. 2013. Perancangan Online Marketplace untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Purworejo. https://ojs.amikom.ac.id/index.php/dasi/article/view/208

Safanayong, Yongky. 2006, Desain Komunikasi Visual Terpadu, Arte Intermedia, Jakarta.

Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya Bandung.

Sari, Ni Luh Desi In Diana. 2013. *Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk*. Profetik: Jurnal Komunikasi Vol. 6, No.1.

Sulistyastuti, Ratih Dyah. 2004. *Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001*. https://www.neliti.com/publications/65076/dinamika-usaha-kecil-dan-menengah-ukm-analisis-konsentrasi-regional-ukm-di-indon

Sutanta, Edhy. 2011. *Basis Data Dalam Tinjauan Konseptual.* Yogyakarta: Andi.

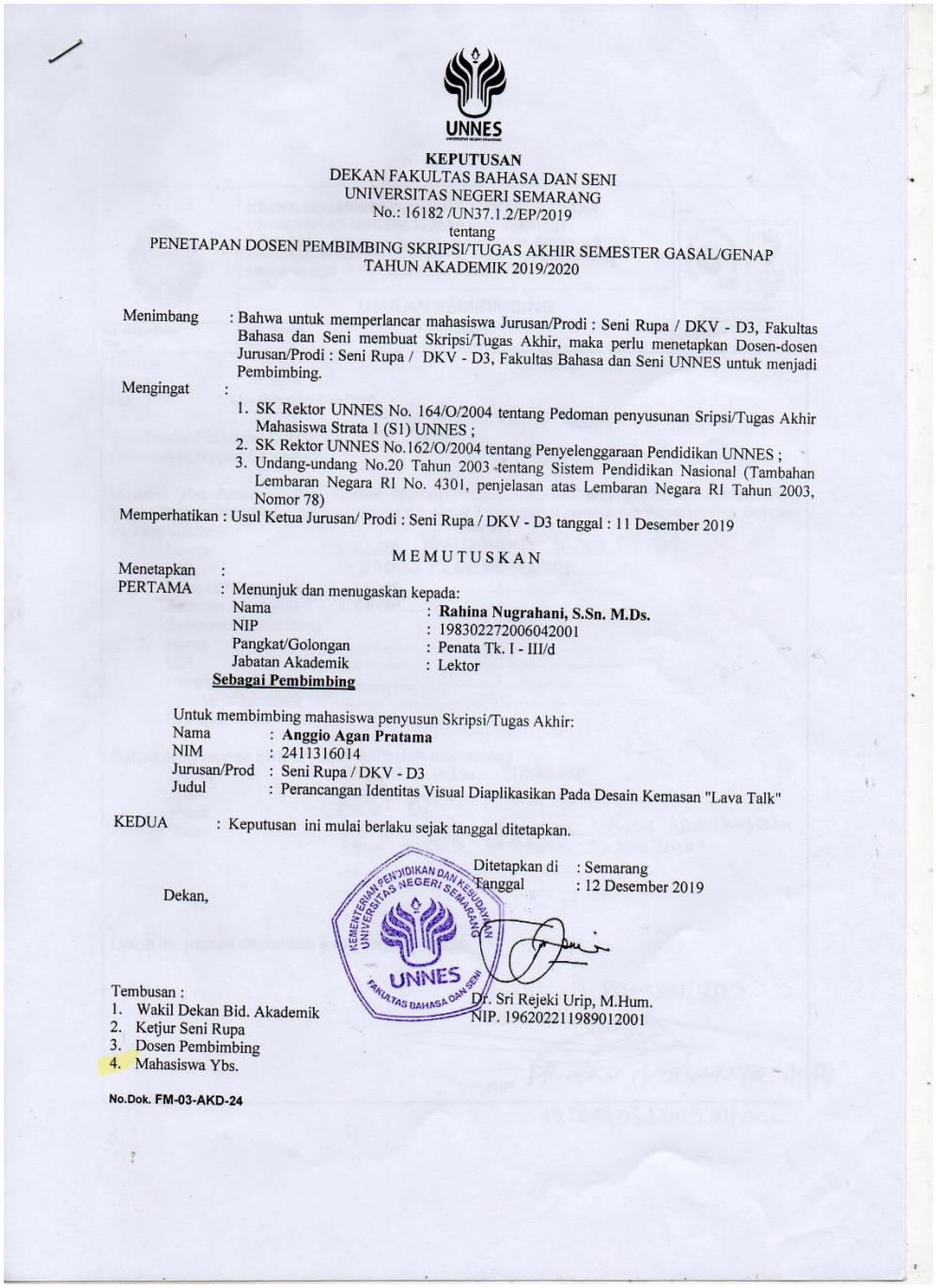
Swastha, Basu. Azas-Azas MarketingEdisi ke-3, Jilid ke III, cetakan pertama, Yogyakarta: Liberty 1987

Titik Wijayanti. 2012. Management Marketing Plan. Jakarta: PT Elex media Komputindo.

Wheeler Alina. 2009, Designing Brand Identity, John Wiley & Sons, Inc, Canada.

LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing



UNNES

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
No.: 16182 /UN37.1.2/EP/2019
tentang
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER GASAL/GENAP
TAHUN AKADEMIK 2019/2020

Menimbang : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan/Prodi : Seni Rupa / DKV - D3, Fakultas Bahasa dan Seni membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan Dosen-dosen Jurusan/Prodi : Seni Rupa / DKV - D3, Fakultas Bahasa dan Seni UNNES untuk menjadi Pembimbing.

Mengingat :
1. SK Rektor UNNES No. 164/O/2004 tentang Pedoman penyusunan Sripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Strata 1 (S1) UNNES ;
2. SK Rektor UNNES No.162/O/2004 tentang Penyelenggaraan Pendidikan UNNES ;
3. Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahan Lembaran Negara RI No. 4301, penjelasan atas Lembaran Negara RI Tahun 2003, Nomor 78)

Memperhatikan : Usul Ketua Jurusan/ Prodi : Seni Rupa / DKV - D3 tanggal : 11 Desember 2019

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
PERTAMA : Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama	: **Rahina Nugrahani, S.Sn. M.Ds.**
NIP	: 198302272006042001
Pangkat/Golongan	: Penata Tk. I - III/d
Jabatan Akademik	: Lektor

Sebagai Pembimbing

Untuk membimbing mahasiswa penyusun Skripsi/Tugas Akhir:

Nama	: **Anggio Agan Pratama**
NIM	: 2411316014
Jurusan/Prod	: Seni Rupa / DKV - D3
Judul	: Perancangan Identitas Visual Diaplikasikan Pada Desain Kemasan "Lava Talk"

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Semarang
Tanggal : 12 Desember 2019

Dekan,

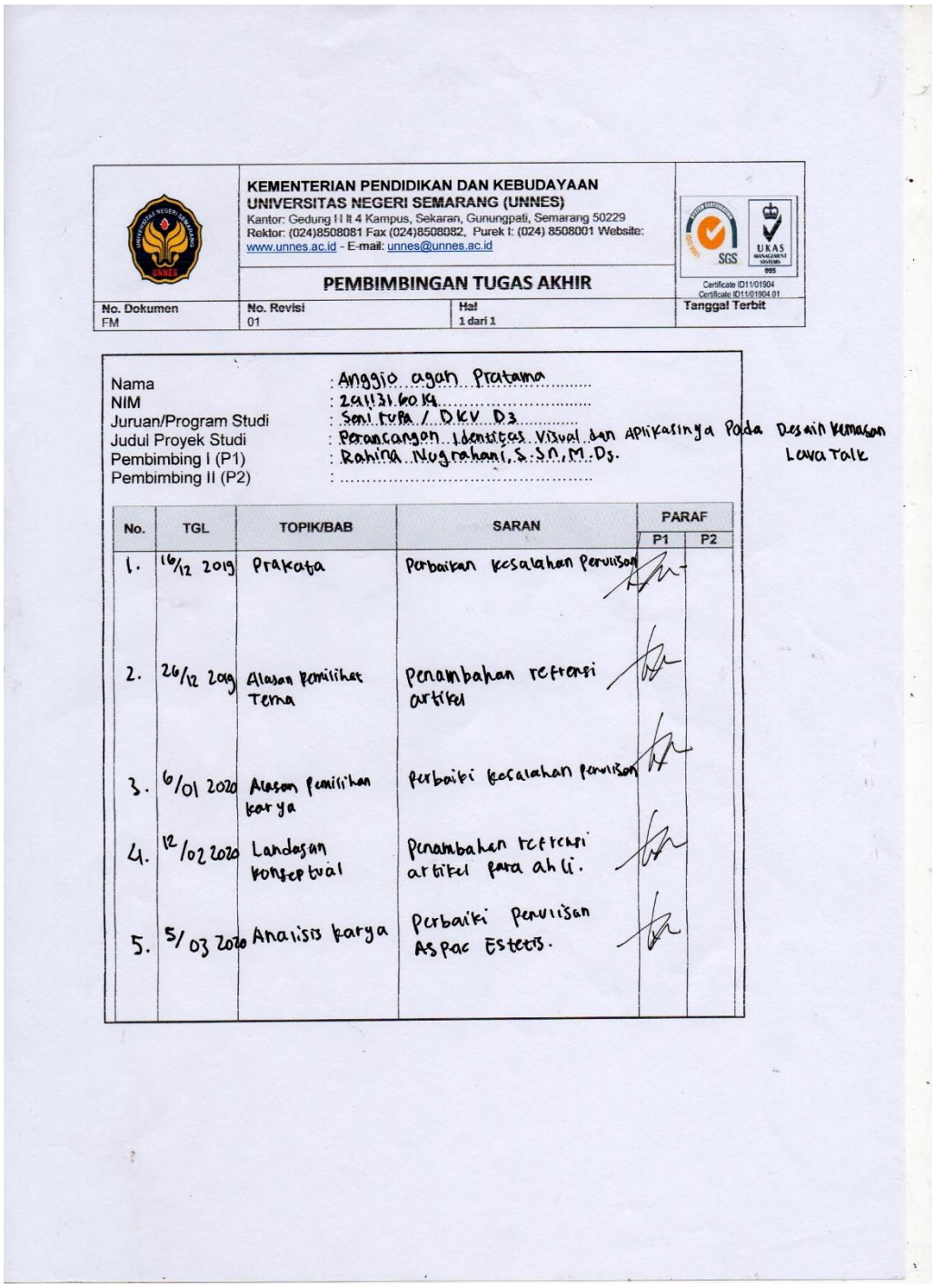
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
UNNES
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Dr. Sri Rejeki Urip, M.Hum.
NIP. 196202211989012001

Tembusan :
1. Wakil Dekan Bid. Akademik
2. Ketjur Seni Rupa
3. Dosen Pembimbing
4. Mahasiswa Ybs.

No.Dok. FM-03-AKD-24

Lampiran 2. Lembar Pembimbing Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
Kantor: Gedung I lt 4 Kampus, Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229
Rektor: (024)8508081 Fax (024)8508082, Purek I: (024) 8508001 Website: www.unnes.ac.id - E-mail: unnes@unnes.ac.id

Certificate ID11/01904
Certificate ID11/01904.01

PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR

No. Dokumen	No. Revisi	Hal	Tanggal Terbit
FM	01	1 dari 1	

Nama : Anggio agan Pratama
NIM : 2911316045
Juruan/Program Studi : Seni rupa / DKV D3
Judul Proyek Studi : Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya Pada Desain kemasan Lava Tale
Pembimbing I (P1) : Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds.
Pembimbing II (P2) : .....

No.	TGL	TOPIK/BAB	SARAN	PARAF P1	PARAF P2
1.	16/12 2019	Prakata	Perbaikan kesalahan penulisan		
2.	26/12 2019	Alasan pemilihan Tema	Penambahan referensi artikel		
3.	6/01 2020	Alasan pemilihan karya	Perbaiki kesalahan penulisan		
4.	12/02 2020	Landasan konseptual	Penambahan referensi artikel para ahli.		
5.	5/03 2020	Analisis karya	Perbaiki penulisan Aspac Estetis.		

Lampiran 3. Kegiatan Pameran Tugas Akhir