ANALISIS ELEMEN DESAIN PADA KEMASAN VARIAN BARU PRODUK SO COOKIES

Virdilla Putri Rafifah[1], Sujendro Hery Nugroho[2], Novi Purnama Sari[3]
Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.
Jl. Professor Dr. G A Siwabessy, Kampus Baru UI Depok 16425
virdilla.putrirafifah.tgp18@mhsw.pnj.ac.id

ABSTRAK

So Cookies merupakan usaha makanan ringan jenis kue kering dan sudah berdiri sejak tahun 2020. Lokasi pemasarannya mencakup wilayah Jabodetabek dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial WhatsApp, Instagram dan Shopee. So Cookies membutuhkan inovasi kreatif pada desain kemasannya, hal ini dikarenakan So Cookies belum memiliki desain kemasan yang mumpuni untuk varian barunya. Inovasi ini berupa perancangan desain kemasan yang bisa menunjukkan identitas *brand* dan menampilkan informasi produk dengan penerapan elemen desain terstruktur. Tahapan proses pengumpulan data pada penelitian ini diawali dengan sesi wawancara bersama klien So Cookies, kemudian mencari bahan penulisan dengan menjadikan studi literatur sebagai acuan penelitian. Metode perancangan desain kemasan dimulai dari tahap *brainstorming*, *mind mapping*, *mood board*, sketsa, digitalisasi, *mockup* hingga desain final siap cetak. Pada pembuatan *mind map* didapati beberapa kata kunci yang dikembangkan menjadi konsep visual, diantaranya adalah kekinian, *simple*, dan feminin. Elemen desain yang digunakan berupa garis, lengkung, bentuk, warna, merek, tipografi dan ilustrasi. Ilustrasi dibuat dengan menerapkan gaya *flat design* dan penggunaan *line art* yang menyerupai goresan kuas. Jenis tipografi yang dipakai adalah jenis *sans serif* dengan font Montserrat. Jenis font ini sederhana sehingga mudah dibaca dan mudah diaplikasikan. Desain kemasan menggunakan warna pastel dari turunan warna coklat dan merah yang menyesuaikan varian rasa produk, hal ini membuat desain kemasan mudah diidentifikasi.

Kata Kunci: *Cookies*, desain kemasan, elemen desain, perancangan

ABSTRACT

So Cookies is a pastry-type snack business that was established in 2020. Its marketing locations cover the Jabodetabek area with promotions carried out through social media WhatsApp, Instagram and Shopee. So Cookies requires creative innovation in its packaging design, this is because So Cookies does not yet have a capable packaging design for its new variant. This innovation is in the form of a packaging design that can show brand identity and display product information by applying structured design elements. The stages of the data collection process in this study began with an interview session with So Cookies' client, then searched for written material using a literature study as a research reference. The packaging design method starts from the brainstorming stage, mind mapping, mood board, sketch, digitization, and mockup, and then the final design is ready to print. In making the mind map, several kekeywordsere found that were developed into visual concepts, including contemporary, simple, and feminine. The design elements used are lines, curves, shapes, colors, brands, typography and illustrations. The illustrations are created by applying a flat design style and line art that resembles brush strokes. The type of typography used is a sans serif type with the Montserrat font. This type of font is simple so that it is easy to read and easy to apply. The packaging design uses pastel colors from brown and red derivatives that match the product's flavor variant, this makes the packaging design easily recognizable.

Keywords*: Cookies, design, design elements, packaging design*

PENDAHULUAN

So Cookies merupakan sebuah usaha makanan ringan jenis kue kering yang sudah berdiri sejak tahun 2020. So Cookies memproduksi dua varian rasa yaitu rasa *choco* dan *red velvet*, produk ini dijual secara satuan atau perkeping *cookies*. Lokasi pemasarannya mencakup wilayah Jabodetabek dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial WhatsApp, Instagram dan Shopee. Produk dikemas dengan sederhana menggunakan plastik bening dan tidak ada informasi atau keterangan yang tertera pada kemasan terkait produk yang dijual. Kurangnya elemen desain yang terstruktur mendorong So Cookies untuk membuat terobosan kreatif pada desain kemasannya. Hal ini dilakukan agar produk So Cookies dapat menciptakan daya tarik visual dan membangun nilai jual. Penerapan elemen desain yang tepat dan penggunaan kemasan sesuai fungsi sangat berpengaruh untuk menarik calon konsumen. Wahyudi dan Satriyono (2017), memaparkan bahwa kemasan memiliki tiga peran utama yaitu sebagai pelindung produk (*to protect*), sebagai wadah (*to contain*), dan sebagai media promosi (*to promote*) [1].

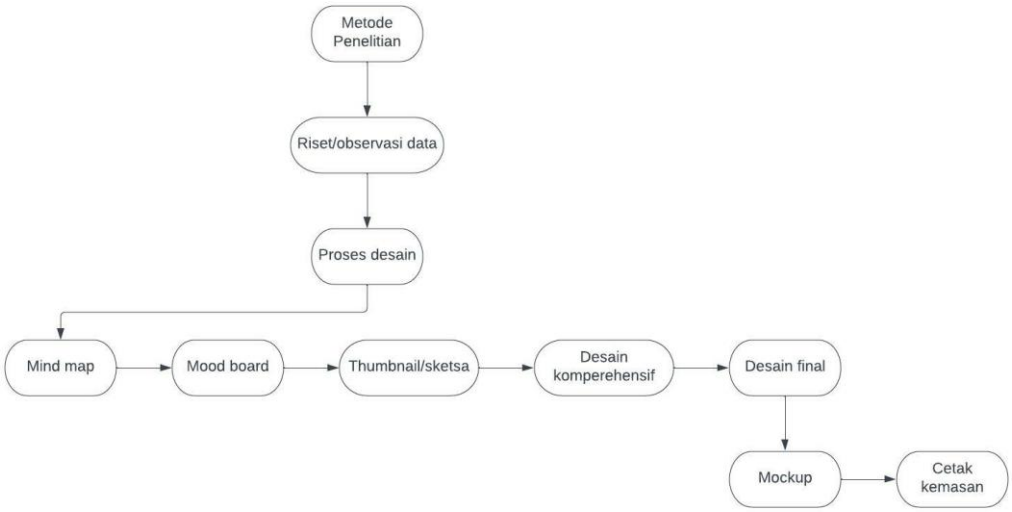
Penerapan elemen desain pada tampilan visual grafis suatu kemasan sangat memengaruhi nilai estetika dan berperan penting dalam memberi keselarasan, kejelasan dan menampilkan identitas pada sebuah kemasan. Elemen desain utama yang dapat menciptakan informasi dan membentuk kesan kuat sehingga lekat pada benak konsumen adalah merek, warna, tipografi dan ilustrasi. Berikut definisi dari elemen-elemen desain yang digunakan dalam perancangan desain kemasan varian baru produk So Cookies:

1. Merek merupakan kombinasi dari unsur-unsur yang merepresentasikan produk atau jasa yang ditawarkan, merek dapat menjadi pembeda dari produk atau jasa lainnya. Penempatan logo merek pada kemasan baiknya dicantumkan pada posisi yang mudah terlihat oleh konsumen, ukuran dan bentuk logo juga memengaruhi indera penglihatan konsumen. Logo juga berperan sebagai *brand image* sehingga dapat menciptakan gengsi di masyarakat dan memengaruhi tingkah laku konsumen saat memilih produk.
2. Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna. Warnadibedakan oleh cahaya yang mengenai sebuah benda tertentu, lalu cahaya tersebut memantulkan spektrum ke retina mata hingga terlihatlah warna [2]. Warna pada merek dapat menampilkan kesan, identitas atau citra yang ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan sebuah pesan atau dalam membedakan sifat secara jelas. Warna merupakan salah satu elemen desain yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, serta menggambarkan citra produk secara visual [3].
3. Tipografi merupakan sebuah elemen desain yang bekerja sebagai ilmu atau strategi yang melibatkan metode kerja penataan layout, bentuk, ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu untuk mencapai estetika. Tipografi diklasifikasikan menjadi empat jenis huruf yaitu *serif, sans serif, script* dan *decorative.*
4. Gambar atau ilustrasi merupakan elemen paling berpengaruh pada visualisasi suatu karya desain. Gambar terbagi menjadi dua kategori yaitu gambar ilustrasi dan foto. Ilustrasi merupakan gambaran, visualisasi atau bentuk penyederhanaan dari objek asli yang digunakan untuk membantu

menyampaikan suatu informasi atau pesan tertentu. Sedangkan foto merupakan gambar yang diambil menggunakan teknologi kamera dan bentuk yang dihasilkan lebih realistis. Menurut Ulita dan Setyawan (dalam Erlyana 2018) penggunaan ilustrasi pada desain visual kemasan dapat membantu penyampaian informasi untuk lebih mudah ditangkap oleh konsumen dan sekaligus bisa menjadi sebuah identitas produk di mata konsumen [4].

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini mengarah pada metode penelitian deskriptif kualitatif, yang didasari pada proses-proses perancangan desain. Proses ini diawali dengan pencarian data yang dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara bersama klien dan beberapa tanggapan konsumen. Tahap pengumpulan data kemudian dikuatkan dengan studi pustaka dari sumber terpercaya. Setelah melewati proses pengumpulan data, selanjutnya pembentukan elemen desain dilandasi dengan mencabangkan beberapa ide atau kata kunci tertentu menyesuaikan konsep visual, tahapan ini berupa proses mindmapping. Setelah mendapatkan key visual terpilih, proses selanjutnya adalah mengkolase gambar atau foto (*moodboard*) untuk mencari referensi dan menentukan nuansa konsep pada desain. Objek-objek yang didapati dari *moodboard* kemudian dikembangkan menjadi sketsa dengan beberapa alternatif, sketsa-sketsa ini akan dipilih oleh klien dengan menerapkan konsep visual dan mengikuti target market. Beragam elemen desain digunakan sebagai pondasi untuk menciptakan desain kemasan yang sempurna, penggunaan elemen seperti warna, merek, ilustrasi, tipografi dan lainnya sangat berperan penting untuk menciptakan keselarasan.



HASIL dan PEMBAHASAN

Pada perancangan desain kemasan varian baru produk So Cookies didapati elemen-elemen desain yang berperan penting untuk mendukung sebuah karya dan menciptakan estetika. Elemen desain berfungsi membangun daya tarik visual pada

kemasan produk agar mampu mendatangkan calon konsumen, hal ini membutuhkan strategi kreatif yang tepat agar penerapan konsep desain dapat sesuai dengan target pasar. Sebelum mencapai hasil karya desain, perlu dilakukan beberapa proses yang menjadi landasan terbentuknya elemen-elemen visual.

Mind mapping merupakan tahap awal yang bertujuan untuk mendapatkan ide, tema, konsep, dan *key visual* dengan cara menghubungkan beberapa kata kunci yang diperoleh dari tahap riset data. *Mind mapping* dilakukan dengan membuat turunan kata demi kata hingga menghasilkan beberapa cabang ide yang mengarah pada konsep visual.

Gambar 1. Mindmap

Berdasarkan turunan kata dari proses *mind mapping*, dapat diperoleh beberapa objek atau *key visual* yang bisa digunakan sebagai acuan perancangan desain.

Tabel 1. Key Visual Mindmap

Produk	***Target audience***	**Citra produk**	**Desain kemasan**
Cookies	Perempuan	*Handmade*	Warna pastel
Coklat	Kekinian	Kekinian	Sans serif
Merah	Feminin	Feminin	Dekoratif
	Simple	Praktis	Ilustrasi
			Flat design
			Curves
			Polkadot
			Line art
			Goresan kuas
			Abstract

Setelah menyelesaikan proses *mind mapping*, selanjutnya dilakukan proses pembuatan *mood board*. *Mood board* merupakan proses pengumpulan dan penyusunan gambar atau objek-objek yang sesuai dengan *key visual* terpilih. Proses ini digunakan untuk menggabungkan beberapa referensi visual sebagai acuan dalam perancangan desain. Pada kumpulan *mood board* dapat diperoleh hasil berupa objek ilustrasi *cookies*, bentuk lengkung, tipografi *sans serif*, warna pastel, dan lainnya.

Proses selanjutnya merupakan proses desain dengan mengaplikasikan objek-objek terpilih pada sketsa. Sketsa digambar dalam beberapa alternatif untuk menciptakan referensi dan nuansa yang berbeda. Pada sketsa manual dibuat lima alternatif desain yang kemudian hasilnya dikerucutkan lagi hingga menjadi tiga desain komperehensif. Tahap ini dilakukan proses digitalisasi hingga menghasilkan desain final siap cetak.

Desain kemasan pada tiap jenis produk So Cookies memiliki variasi. Kemasan didesain dengan penggunaan warna berbeda menyesuaikan dengan jenis rasa dari produk yang dikemasnya. Kemasan varian baru produk So Cookies sebagai berikut:

Gambar 2. Kemasan Varian Baru Produk So Cookies

Penggunaan elemen desain pada kemasan varian baru produk So Cookies telah melalui tahap revisi dan modifikasi hingga membentuk satu kesatuan yang berpadu. Berikut elemen-elemen desain yang diterapkan pada kemasan varian baru produk So Cookies:

1. Merek
   Merek atau logo yang digunakan So Cookies tersusun dari penataan tipografi bertuliskan "So Cookies". Pada latar merek terdapat bentuk persegi dengan sisi lengkung dan tambahan ilustrasi *cookies* untuk menunjukkan produk apa yang dijual oleh brand ini.

Gambar 3. Logo Merek So Cookies

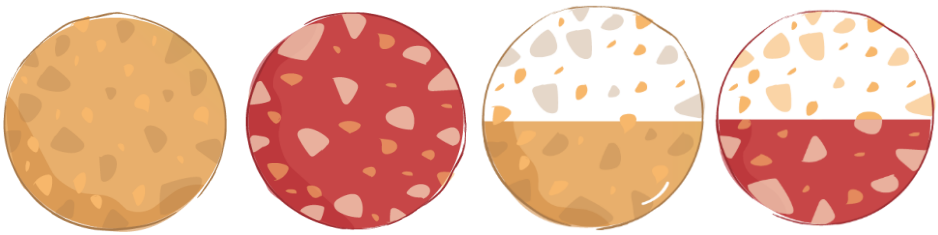
2. Warna
   Penggunaan warna pada produk So Cookies didominasi oleh warna-warna pastel dan putih. Warna-warna pastel yang digunakan merupakan turunan dari warna coklat dan merah. Warna yang diterapkan pada desain kemasan mengikuti varian rasa yang dijual, yaitu rasa *choco* dan *red velvet*.

Gambar 4. Color Pallete So Cookies

3. Tipografi
   Jenis tipografi yang dipilih untuk diaplikasikan pada keseluruhan isi desain kemasan adalah tipografi jenis sans serif dengan font Montserrat. Penggunaan font Montserrat classic diterapkan pada isi teks atau informasi produk, sedangkan penggunaan font Montserrat semi bold/bold diterapkan sebagai judul/*heading* dan *sub heading.*

Gambar 5. Font Montserrat

4. Ilustrasi
   Mayoritas ilustrasi pada desain kemasan varian baru produk So Cookies menggunakan ilustrasi *cookies* dengan warna berbeda menyesuaikan varian rasanya. Ilustrasi cookies ini dibuat dengan gaya *flat design* dan *line art* tak beraturan agar memberi kesan seperti goresan kuas. *Pattern* totol atau bintik pada ilustrasi *cookies* dibuat abstrak untuk menciptakan tekstur tertentu pada gambar.



Gambar 6. Ilustrasi Cookies

SIMPULAN

Elemen-elemen desain diterapkan dalam perancangan desain kemasan ini, mulai dari merek, warna, tipografi, dan ilustrasi. Elemen desain menggunakan warna pastel turunan dari warna coklat dan merah untuk menyesuaikan varian rasa yang dijual, ilustrasi dibuat dengan *brush tool* sehingga menambah kesan tekstur pada ilustrasi. Jenis tipografi yang diaplikasikan pada pesan dan informasi produk adalah jenis sans serif dengan font Montserrat classic, semi bold dan bold. Font *sans serif* memberi kesan *trendy*, *simple* dan feminin. Jenis font ini sederhana sehingga mudah dibaca dan mudah diaplikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Satriyono, N. W. (Februari 2017). Mantra Kemasan Juara. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

[2] Swasty, W. (2017). *Serba-Serbi Warna Dalam Penerapan Desain*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

[3] Anggarini, A., Bangun, D,A,N., & Saripudin, I., (2020) *Alternatif Model Penyusunan Mood Board Sebagai Metode Berpikir Kreatif Dalam Pengembangan Konsep Visual*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta. *Journal Printing and Packaging Technology Vol.1 Juli 2020.* Halaman 2-7.

[4] Erlyana, Y. (2018, September). *Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah'*. In *National Conference of Creative Industry*. Halaman 1080-1095.