

## PERANCANGAN ULANG LABEL KEMASAN CHIP&JOE

Graciela Adella<sup>1</sup>, Yulianto Hadiprawiro, Wiwi Prastiwinarti,<sup>3</sup>

Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta,  
Jl. Prof. Dr. G.A.Siwabessy, Kampus UI, Depok<sup>1</sup>  
graciela.adella.tgp18@mhs.wpnj.ac.id<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Label adalah salah satu bagian penting dari sebuah produk, karena label memiliki fungsi sebagai tempat informasi mengenai suatu produk. Selain itu, fungsi label adalah sebagai identitas dari sebuah produk yang akan dipasarkan. Label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya dan menjadi penguat *branding* usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Namun masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya label dalam sebuah produk. Salah satunya yaitu Chip&Joe, *brand* penjual mainan edukatif berbasis montessori untuk anak. Terdapat beberapa hal mengenai label Chip&Joe yang tidak memenuhi syarat penggunaan label. Oleh karena itu, penting melakukan perancangan ulang label pada kemasan Chip&Joe. Karya yang dibuat yakni tiga desain dengan label yang berbeda sesuai bentuk kemasan. Analisis visual pada karya ini sudah disesuaikan dengan peraturan dasar sebuah pembuatan desain kemasan berdasarkan sumber yang jelas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang meliputi pengumpulan data berupa studi literatur, observasi, dan wawancara. *Tone and manner* yang didapat dari arahan kreatif adalah *fun*, *friendly*, dan *flexible*. Elemen grafis yang terkandung diantaranya tipografi *Like Snow*, layout simetris, dan menggunakan gaya *flat design*. Hasil dari perancangan ini adalah visual label kemasan yang dihasilkan pada 3 jenis kemasan yang memiliki ukuran berbeda. Harapan dari perancangan visual label kemasan ini adalah untuk memudahkan target market dalam membaca informasi serta memberikan standarisasi desain label pada beragam jenis mainan *brand* Chip&Joe.

**Kata kunci:** *identitas visual, mainan anak, menyenangkan, ramah, label kemasan*

### ABSTRACT

Labels are one of the important parts of a product because labels have a function as a place for information about a product. In addition, the function of the label is as the identity of a product to be marketed. Labels can make it easier for consumers to choose the products they want to buy and become a reinforcement of business branding is increasingly fierce business competition. However, there are still many MSME players who do not realize the importance of labels in a product. Chip&Joe is a brand that sells Montessori-based educational toys for children. There are a few things about the Chip&Joe's label that don't qualify for label use. Therefore, it is important to redesign the labels on Chip&Joe's packaging. The work created is three designs with different labels according to the shape of the packaging. The visual analysis of this work has been adjusted to the basic rules of making a packaging design based on clear sources. This study uses descriptive qualitative methods, which include data collection in the form of literature studies, observations, and interviews. The tone and manner obtained from the creative direction are fun, friendly, and flexible. The graphic elements contained include Like Snow typography, symmetrical layouts, and using a flat design style. The result of this design is a visual packaging label that is produced on 3 types of packaging that have different sizes. The hope of this visual packaging label design is to make it easier for the target market to read information and provide standardization of label designs on various types of Chip & Joe brand toys.

**Keywords:** *visual identity, toys, fun, friendly, label packaging*

## PENDAHULUAN

Chip&Joe merupakan *brand* yang terlahir di Bogor. Chip&Joe mengambil teori Montessori sebagai dasar pembuatan produk karena target dari Chip&Joe adalah memenuhi kebutuhan alat peraga kelas Montessori yang berjalan secara *online* sejak Mei 2020. Produk yang dibuat oleh Chip&Joe selalu menggunakan pakem teori Montessori sehingga memiliki fungsi detail dalam pembelajaran anak usia dini, sedangkan banyak di luar sana produk yang sama tetapi bertentangan dengan teori Montessori. Pada awalnya, Chip&Joe hanya melayani kerjasama dengan lembaga sekolah montessori saja, namun karena adanya kendala pada biaya dan pembayaran yang sulit, Chip&Joe memutuskan untuk juga melebarkan usahanya kepada konsumen montessori langsung. Chip&Joe melebarkan usaha yang awalnya *business to business (B to B)* ke *business to consumer (B to C)*, dengan cara berjualan di toko *online* dan juga berencana mengadakan bazar *offline* Orami dan IMBEX. Semua produk yang dijualnya memiliki kemasan yang masing-masing berbeda ukuran. Produk yang dijual oleh Chip&Joe dibagi menjadi 5 jenis yaitu sensorial, *practical life*, *math*, *language*, dan *cultural* yang masing-masing memiliki tujuan dan fungsi berbeda menurut teori montessori. Namun karena pada awalnya Chip&Joe tidak memiliki proyeksi terhadap usahanya, maka pembuatan label kemasan yang dibuat pada tahun 2020 hanya dibuat tanpa mempertimbangkan kriteria label yang ada. Pada label kemasan Chip&Joe menampilkan nama mainan yang ada beserta logo yang tulisannya terlalu kecil untuk dilihat oleh konsumen sehingga identitas perusahaan tidak dapat dicerminkan melalui label kemasannya. Ditambah lagi, pada desain label terdapat ketidak konsistenan terhadap elemen visual karena belum memiliki standarisasi desain untuk elemen visualnya.

Tujuan Label adalah sebagai berikut.

- a. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan
- b. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
- c. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- d. Sarana periklanan bagi produsen.
- e. Memberi rasa aman bagi konsumen.

Disamping memiliki tujuan, Label juga memiliki fungsi lain sebagaimana menurut Kotler [2] fungsi label adalah sebagai berikut.

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Definisi label menurut Marinus [1] label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. menurut Kotler [2] Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan.

## METODE PENELITIAN

Dalam perancangan ulang label kemasan ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, untuk mendapatkan data informasi yang tepat dan benar. Metodologi merupakan proses yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Metode penelitian kualitatif akan diperoleh dengan menggunakan wawancara, studi literatur, observasi, dokumentasi, dan studi referensi

### **1. Wawancara**

Langkah awal untuk mendapat data-data yang diperlukan dalam penelitian adalah dengan wawancara bersama narasumber dengan peneliti dengan cara berinteraksi langsung dan mendapatkan data yang dibutuhkan juga lebih akurat. Wawancara dilakukan dengan *owner* atau pemilik dari Chip&Joe yaitu Ibu Uli.

### **2. Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data-data dari buku referensi, jurnal ilmiah maupun artikel dari website. Data yang didapat adalah data dan informasi berupa teori yang mencakup teori promosi, teori *layout*, teori identitas visual, dan teori label kemasan.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data informasi sebelum diolah yang diperlukan untuk perancangan ulang label kemasan Chip&Joe, dengan mengambil dokumentasi yang sudah ada sebelumnya pada sosial media Chip&Joe yaitu Instagram, juga pada toko *onlinenya* di Shopee dan Tokopedia.

Selain itu, pengambilan dokumentasi pada kompetitor juga diperlukan sebagai tolak ukur dan referensi perancangan ulang label kemasan Chip&Joe.

#### **4. Kuesioner**

Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari klien dan konsumen atas pendapat para konsumen dan juga klien terhadap hasil desain dari label kemasan Chip&Joe yang akan masuk di tahap akhir yaitu *testing*.

### **METODE RISET DESAIN**

#### **1. Empathize**

Pada tahap ini, proses dilakukan dengan cara mengenali klien yang telah dituju dengan melakukan wawancara.

#### **2. Define**

Setelah melalui tahap wawancara, dan studi literatur, maka selanjutnya hasil pengumpulan informasi tersebut dituangkan ke dalam sebuah brief sebagai sebuah acuan dalam pembuatan label kemasan Chip&joe.

#### **3. Ideate**

Pada langka *ideate*, setelah brief telah terisi, lalu kemudian dilakukan penjabaran ide melalui *mindmapping* dan setelah menemukan beberapa kata kunci seperti kemasan, ramah, dan mainan montessori, kemudian kata kunci tersebut dituang ke dalam sebuah moodboard sebagai acuan referensi visual pada tahap selanjutnya.

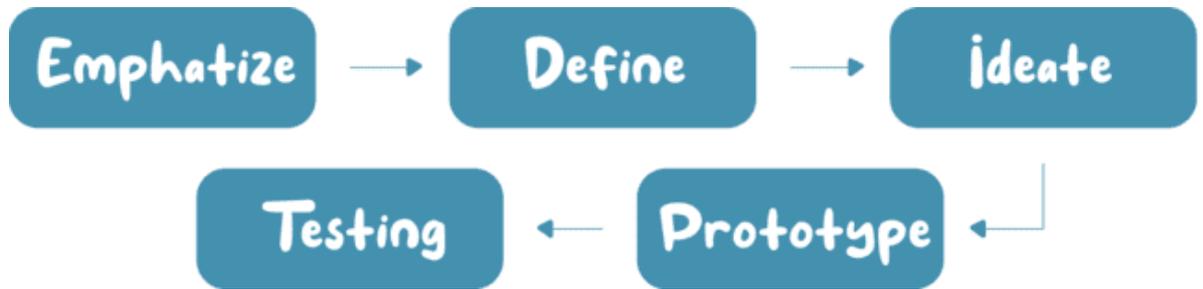
#### **4. Prototype**

Langkah *prototype* yang dilakukan yaitu dengan membuat sketsa halus, kasar, kemudian dituangkan pada desain yang telah didigitalisasi.

#### **5. Testing**

Setelah melalui langkah-langkah dan proses desain di atas, maka selanjutnya dilakukan *testing* sebagai bentuk acuan saran terhadap hasil desain yang telah dilakukan untuk selanjutnya agar desain yang dibuat menjadi lebih baik lagi.

Testing ini dilakukan terhadap klien dengan mewawancarai klien dan juga beberapa konsumen Chip&joe.



Gambar 1. Metode Riset Desain

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Empathize*

#### a. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan bahwa Chip&Joe merupakan *brand* asal Bogor yang menjual produk mainan anak berbasis montessori. Ada beberapa produk mainan yang digolongkan menjadi 5 jenis yaitu *cultural*, *sensorial*, *language*, *math* dan *practical life*. Semua produk memiliki karakteristik yang berbeda, namun pada labelnya belum memiliki kesamaan/konsistensi, dan belum terdapat info mengenai mainannya. Dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap owner Chip&Joe juga, maka dapat disimpulkan target market yang dituju oleh Chip&Joe untuk memasarkan produknya adalah wanita berusia 25 hingga 45 tahun yang tinggal di daerah Jabodetabek, bekerja sebagai ibu rumah tangga dan pekerja di kantor, dan memiliki status ekonomi atas.

#### b. Studi literatur

Beberapa studi literatur yang dijalankan yaitu dengan membaca beberapa buah buku mengenai label kemasan yang berjudul *Manajemen Pemasaran* oleh Kotler dan juga *Dasar-Dasar Pemasaran* oleh Marinus.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini berupa dokumentasi *packaging* kompetitor lain seperti Zamkids dan Rumahkumainan.



Gambar 2. Dokumentasi kompetitor

**Define**

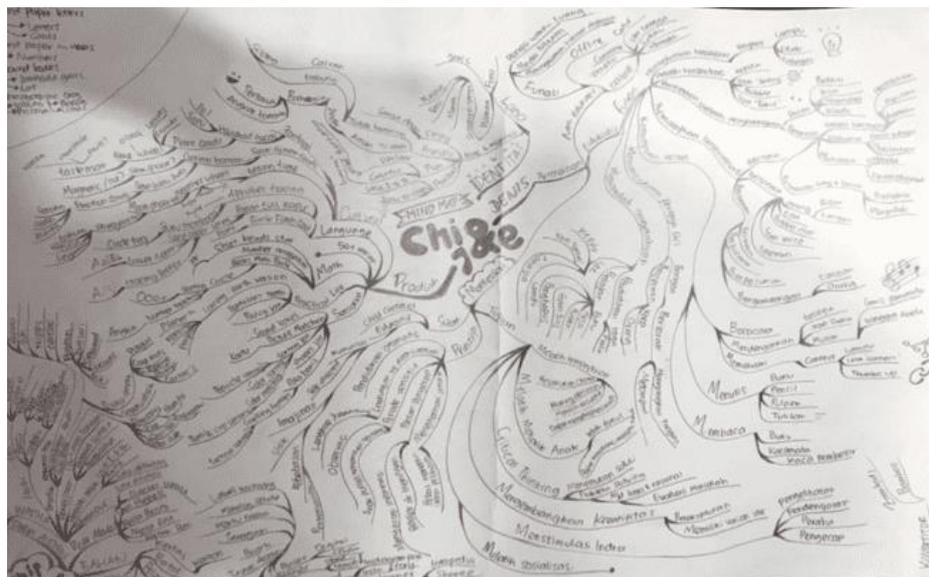
**a. Client Brief**

Berdasarkan tahap desain *empathize*, maka dibuatlah *client brief* yang berisikan product knowledge berupa ragam jenis mainan montessori, pembuatan proyek label kemasan, tone&manner yaitu fun, friendly, dan flexible, lalu target audiens yang merupakan wanita berusia 25 hingga 45 tahun, kompetitor diantaranya Zamkids dan Rumahkumainan. *Media detailsnya* yaitu berupa bahan *sticker* dengan 3 ukuran berbeda.

**Ideate**

**a. Mindmapping**

*Mindmapping* adalah suatu proses atau teknik dalam menjabarkan suatu ide dengan konsep pencabangan ide untuk mendapatkan informasi baru. Tahap awal dari proses ini yaitu dengan menentukan *key word* atau kata kunci sebagai dasar dalam menggali ide agar kemudian ide tersebut dapat dicabangkan menjadi ide lainnya, setelah mendapatkan hasil pencabangan proses penggalian ide telah selesai hingga menemukan suatu objek di ujung cabang *mindmap*.



Gambar 3. Mindmap

**c. Moodboard**

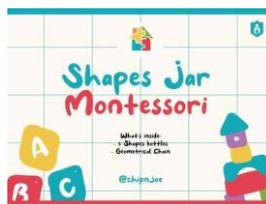
*Moodboard* adalah suatu media panduan dalam menciptakan karya desain yang bertujuan agar dalam perancangan suatu desain tidak menyimpang dari *brief* yang sudah ditentukan pada tahap awal. Fungsi lainnya juga agar dapat memperjelas visual (*key visual*) dan mengerucutkan *keyword* yang sebelumnya sudah tertuang di dalam proses *mindmap* dan terdiri dari beberapa foto, gambar, warna, dan contoh elemen grafis yang didapatkan dari proses *mindmap*.



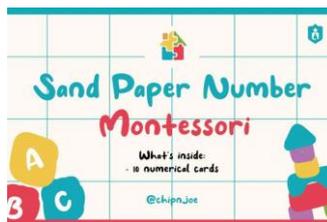
Gambar 4. Moodboard

**Prototype**

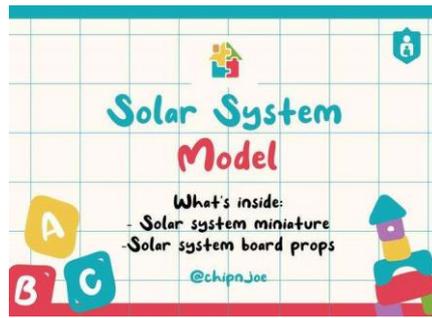
Pada label kemasan Chip&Joe, adanya pengaplikasian elemen warna, huruf, dan bentuk didapatkan berdasarkan konsep visual yang ada yaitu *friendly*, *fun*, *flexible* dan *simple*. Warna yang digunakan adalah warna-warna fun yang dapat menarik perhatian anak-anak. Serta setiap warna mewakili setiap teori montessori yang ada. Serta ukuran label juga bervariasi tergantung jeni produk yang dijual.



Gambar 5. Label kemasan ukuran 20x15cm



Gambar 6. Label kemasan ukuran 10x15cm



Gambar 7. Label kemasan ukuran 25x20cm

### **Testing**

Pada tahap *testing*, dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Chip&Joe. Hasil yang didapatkan dari para responden yaitu label kemasan Chip&Joe menjadi lebih senada dengan adanya label kemasan yang baru, warna yang digunakan menarik, konten atau isi dari mainan dapat terlihat dengan jelas sebelum mainan dibuka, dan juga logo Chip&Joe menjadi lebih terlihat. Tahap *testing* ini juga dilakukan pada *owner* Chip&Joe, dengan saran yaitu setiap jenis mainan diberikan ciri khas seperti ilustrasi mainan atau foto pada labelnya sehingga dapat lebih menarik dan lebih mudah lagi dibedakan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan data-data yang diperoleh penulis dari hasil penelitian mengenai Perancangan Ulang Label Kemasan Chip&Joe, dapat disimpulkan sebagai berikut: Produk mainan edukatif berbasis montessori milik Chip&Joe mempunyai ciri khas produk yang menarik karna bukan mainan seperti biasa, selain itu omset penjualan pun selalu meningkat, akan tetapi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi, ada beberapa syarat yang diajukan pihak pemasaran untuk mengganti kemasan yang fleksibel dan sesuai untuk display di *booth* toko. Dengan adanya brainstorming dari pihak *owner* terkait desain label kemasan, maka dari itu pemilik produk berinisiatif mengganti label kemasan awal dengan yang lebih jelas identitasnya. Perancangan visual label kemasan Chip&Joe diawali dengan mengidentifikasi masalah dengan mengumpulkan beberapa data dan juga fakta yang diolah melalui metode *empathize*, yakni dengan melakukan wawancara, studi literatur berupa buku mengenai label kemasan, dan dokumentasi dari para pesaing, lalu dilanjutkan dengan metode *define* yaitu dengan mengumpulkan brief sederhana dari tahap sebelumnya, sehingga tahap *ideate* selanjutnya dapat dilakukan dengan membuat *mindmapping* serta *moodboard* yang selanjutnya menghasilkan *key visual* dan *key word* yang berguna sebagai referensi desain di tahap selanjutnya yaitu *prototyping*. Pada tahap ini, terdapat 3 desain kemasan dengan ukuran berbeda sesuai dengan kebutuhan label kemasan Chip&Joe. Setelah dilakukan *Prototype*, langkah selanjutnya yaitu dengan melakukan *testing* terhadap beberapa konsumen dengan membagikan kuesioner dan mewawancarai klien secara langsung sehingga bisa mendapatkan *feedback* yang sesuai agar perancangan ulang label kemasan

Chip&Joe ini menjadi semakin baik lagi yaitu dengan menambahkan foto atau ilustrasi berbeda pada setiap label kemasan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Marinus, Angipora. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [2] Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo