

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1 Konsep Kreatif

3.1.1 Tujuan Kreatif

3.1.1.1 *Brand Positioning*

Gado-Gado Arjuna Pak Satumin diposisikan sebagai sebuah *brand* produsen gado-gado yang berkualitas dan *premium*. Kedua *positioning* tersebut menjadi faktor diferensiasi antara *brand* ini dengan kompetitor lainnya. Namun, pada penerapannya ke dalam kemasan, *premium value* masih belum dapat tersampaikan dengan baik. Nilai *Premium value* ini tidak tampak dikarenakan faktor tidak praktis kemasan dan kesan kurang higienis kemasan. Padahal kemasan menjadi salah satu media bagaimana *brand positioning* dapat disampaikan kepada konsumen.

Perancangan kemasan inovasi dilakukan dengan tujuan untuk menjawab permasalahan tersebut. Selain menjawab permasalahan tidak praktis tersebut, perancangan ditujukan agar kemasan juga mampu merepresentasikan *positioning value* dari Gado-Gado Arjuna Pak Satumin tersebut yaitu *premium* dan berkualitas.

3.1.1.2 *Brand Identity*

Perancangan identitas sebenarnya sudah terlihat dalam berbagai media yang dipakai Gado-Gado Arjuna Pak Satumin. Namun, identitas tersebut kompleks dalam aplikasi warna dan tidak memiliki khas dalam *logotypenya*. Padahal identitas menjadi salah satu cara pendekatan untuk membuat konsumen mengenal *brand* dan membangun citra merek kepada konsumen tersebut. Perancangan kemasan ini selain akan membuat kemasan yang menjawab permasalahan segi praktis, juga akan membuat sebuah identitas yang lebih sederhana agar mudah dikenali konsumen dari segi logo, ilustrasi, dan bentuk untuk dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan lebih baik kepada konsumen.

3.1.1.2 Brand Image

Perancangan kemasan inovasi ini diharapkan untuk mempertahankan konsistensi citra merek Gado-Gado Arjuna bisa terbentuk yaitu sebagai gado-gado yang berkualitas tinggi dan *premium*. Kedua *image* ini ditunjukkan dari segi harga produk yang lebih tinggi daripada kompetitor (karena pemilihan bahan-bahan yang berkualitas dan penjagaan kontrol kualitas). Dalam pengembangan citra *premium* juga akan diwujudkan dalam bentuk penyajian makanan gado-gado yang disajikan dengan bersih, lezat, dan berkualitas.

3.1.2 Strategi Kreatif

3.1.2.1 Pola dan Bentuk Dasar Kemasan

Perancangan ini akan memiliki dua jenis yang dibuat, yaitu kemasan primer dan kemasan sekunder.

a. Kemasan Primer

Konsep perancangan kemasan primer ini akan berfokus kepada kemasan individu (satu kemasan), yaitu kemasan yang difokuskan kepada target audiens perancangan, yaitu individu yang telah bekerja atau telah berkeluarga yang berusia 20-55 tahun (usia produktif).

Untuk kemasan individual, kemasan akan dibuat dengan bentuk trapesium sejajar yang saling berhadapan. Kemasan ini akan bekerja sebagai satu unit yang mampu menampung sayur-sayur, bumbu gado-gado, kerupuk, sendok, dan *tissue* menjadi sebuah satu kemasan utuh. Ukuran dimensi kemasan akan didasarkan kepada isi dari sayur, bumbu, dan lain-lain.

Pada dasarnya, konsep utama dari bentuk kemasan primer ini adalah untuk menjadi solusi dari cara konsumsi gado-gado yang sulit untuk dikonsumsi karena kemasan yang tidak praktis (terlalu banyak kemasan). Oleh karena itu, dalam perancangan kemasan ini akan menggunakan sistem konsumsi gado-gado yang terinspirasi dari sistem kemasan *fast food*. Bumbu akan ditaruh dibagian penutup kemasan. Hal ini memanfaatkan fungsi penutup kemasan lebih optimal karena umumnya, orang menganggap penutup hanya bisa berfungsi sebagai penutup semata.

a. Kemasan Sekunder

Terlepas dari perancangan primer, akan dilakukan perancangan sekunder. Perancangan ini akan membuat sebuah kemasan yang memudahkan pembawaan kemasan primer dalam jumlah yang banyak. Kemasan ini akan dibuat antara lain kemasan yang mampu menampung isi 3 kotak, 5 kotak, dan 10 kotak.

3.1.2.2 Fungsi Utama Kemasan

Prioritas fungsi dari perancangan kemasan ini pertama-tama adalah untuk menjawab kelemahan-kelemahan pada kemasan Gado-Gado Arjuna Pak Satumin. Beberapa kelemahan itu antara lain adalah dari segi kepraktisannya (membuat penggunaan bungkus terlalu banyak untuk mengemas), dan kemudian dari segi perlindungan terhadap gado-gadonya, kemudahan untuk mengkonsumsi produk tanpa kehadiran piring. Tidak hanya menjawab segi fungsional, kemasan juga harus bersifat ramah lingkungan dan efisien maksudnya kemasan juga meninggalkan sedikit sampah ketika selesai dikonsumsi. Fungsi terakhir utama kemasan juga harus bisa menampilkan identitas dari Gado-Gado Arjuna Pak Satumin itu sendiri, baik secara logo, ilustrasi, maupun bentuk.

3.1.2.3 Material Dasar Kemasan

Untuk material dasar kemasan primer, akan menggunakan bahan *food grade paper* yang merupakan jenis kertas khusus untuk bahan-bahan makanan yang bisa untuk menahan dari rembesan minyak atau senyawa cairan lain, dapat tahan panas, serta bahan dapat didaur ulang. Kelebihan-kelebihan tersebut menjadi faktor pertimbangan mengapa *food grade paper* dipilih sebagai kemasan gado-gado.

Sedangkan untuk kemasan sekunder, bahan yang digunakan adalah bahan berupa kertas kardus putih yang tebal. Bahan ini selain memiliki struktur tebal, juga cocok dalam menampilkan kesan premium sesuai dengan *brand positioning*.

3.1.2.3 Gaya Desain

Dalam perancangan kemasan ini, gaya desain akan mensinergikan dan menyesuaikan dengan *brand positioning* yaitu *premium* dan berkualitas. Oleh karena itu pendekatan yang dilakukan adalah dengan cara gaya desain *late modern*

dimana gaya desain tersebut identik dengan modern, memiliki banyak *white space*, kombinasi tipografi dan fotografi serta mengutamakan simplisitas dalam desain. Pemilihan gaya desain ini dipilih untuk menyesuaikan dengan *brand positioning* yang *premium*, sehingga dalam perwujudannya akan tercipta nilai *premium* yang ditampilkan kedalam grafis kemasan Gado-Gado Arjuna (bisa menjadi faktor difrensiasi dengan kompetitor). Visualisasi gaya desain ini diwujudkan dengan mengkombinasikan fotografi *top angle* dalam foto bahan sehingga tampak bahan-bahan tersebut dari sudut unik dan akan disusun sedemikian rupa sehingga menciptakan *pattern* yang unik serta visual minimalis yang memiliki banyak *white-space* dan tampak bersih.

3.1.2.5 Sistem Buka Tutup

Untuk sistem buka tutup, sistem yang digunakan adalah sistem *double closed* dengan kombinasi *skillet* (*sealed ends* atau tutup ujung) dimana sistem penutupan kemasan dilakukan dengan cara bagian tutup akan diselipkan ke bagian *cutting* badan kemasan untuk menutup kemasan di kedua sisi kiri kanan untuk ekstra perlindungan kemasan. Pemilihan ini dilakukan selain dari aspek perlindungan juga dari aspek penghematan dalam penggunaan karton kemasan. *Skillet* merupakan cara penutupan yang digunakan untuk kemasan atas dalam menutup kerupuk.



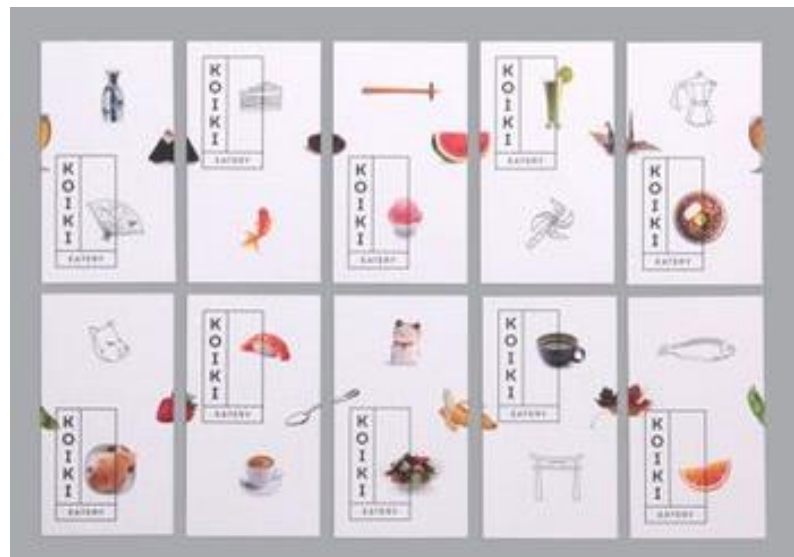
Gambar 3.1 Contoh Tutup *Double Closed*.

Sumber: www.weidaprint.com

3.1.3 Program Kreatif

3.1.3.1 Referensi Visual

Berikut adalah referensi visual dengan *clean design* yang terwujud dalam pemberian banyak *white space*:



Gambar 3.2 Referensi Desain

Sumber: www.pinterest.com



Gambar 3.3 Referensi Desain

Sumber: www.behance.com



Gambar 3.4 Referensi Desain
Sumber: www.behance.com



Gambar 3.5 Referensi Desain
Sumber: www.behance.com

3.1.3.2 Warna

Dalam perancangan ini, warna-warna yang digunakan akan menggunakan warna yang merepresentasikan *essence* dari gado-gado yang masuk dalam kategori *vegetables*. Warna yang dipilih adalah kombinasi warna *emerald green* dan *red rose*. Pemilihan dua warna ini dipilih sebagai salah satu cara dalam memberikan nilai '*fresh*' dan natural alami dalam gado-gado ini.

Menurut pandangan Leatrice Eiseman, warna memiliki pengaruh terhadap kondisi psikologis individu. Misalnya, Warna hijau memberikan kesan yang *fresh*, alami, dan higienis. *Emerald green* merupakan salah satu wujud dalam pemilihan warna untuk menciptakan kesan yang modern, *premium*, dan warna yang identik dengan sayuran. Sedangkan warna merah memberikan kesan *premium*, dinamis, dan memiliki kemampuan untuk menstimulasi selera makan seseorang, oleh karena itu, beberapa produk makanan sering mengaplikasikan warna merah. Dalam percetakan ataupun *point of purchase*, warna merah sangat sulit untuk diabaikan karena memiliki kesan alami yang agresif, menarik perhatian, dan memancing aksi (untuk membeli) (Eiseman, 2000, p. 20).

Namun dalam penggunaannya, kedua warna ini digunakan sebagai elemen pendukung terhadap ilustrasi fotografi saja. Sedangkan dalam penggunaan warna untuk logo baik *logogram* dan *logotype*, serta warna untuk teks akan digunakan warna gelap, seperti hitam dan abu-abu.

3.1.3.3 Merek / Logo / Brand Name

Dalam perancangan ini tidak akan dilakukan penggantian nama merk dan logo secara total. Pergantian yang dilakukan adalah yang pertama mengurangi nama *brand* dari 'Gado-Gado Arjuna Pak Satumin' menjadi 'Gado-Gado Arjuna'. Hal ini sebenarnya sudah teraplikasikan dalam benak konsumen, namun pada aplikasinya, nama 'Pak Satumin' masih tetap tercantum kedalam *stationary* mereka. Hal ini dilakukan agar *brand* lebih mudah diingat oleh konsumen.

Sedangkan dalam logonya, logo akan diubah dalam bentuk yang geometris yaitu dari *oval* menjadi *circle* dengan tujuan untuk memberikan kesan yang lebih modern, geometris, dan lebih mudah teraplikasi dalam ukuran yang lebih kecil.

3.1.3.4 Ilustrasi / Gambar

Untuk perancangan ini, akan digunakan kumpulan gambar yang menggambarkan komponen utama yang ditemukan pada produk gado-gado. Komponen-komponen itu antara lain kacang sebagai bumbu, selada, telur, tempe, tomat, kerupuk, tahu, dan lontong.

Dalam mewujudkannya, hal ini dilakukan dengan fotografi dalam menciptakan kesan realis dan modern. Namun dalam pengambilan foto, bahan-bahan tersebut akan diambil dari sudut atas dimana setiap bahan-bahan tersebut akan tampak tekstur atas dari bahan dan memiliki ketebalan yang tipis. Elemen-elemen tersebut akan diolah dan diatur menjadi sebuah *pattern* yang khas dan menjadi *differentiation point* antara Gado-Gado Arjuna dengan kompetitor lainnya dari segi grafis.

3.1.3.5 Jenis Font / Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan akan memiliki fungsi untuk merepresentasikan kesan yang *simple*, *modern*, dan *elegant*, yang merupakan perwujudan *brand positioning* dari Gado-Gado Arjuna yaitu, *premium*.

PARIS PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:?!()&\$@#*

GOTHAM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:?!()&\$@#*

PF Din Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:?!()&\$@#*

Gambar 3.6 Font yang Digunakan

Sumber: www.myfonts.com

Font Paris Pro ini digunakan untuk penulisan nama merek Gado-Gado Arjuna pada kemasan. *Font* ini dipilih karena karakteristiknya yang khas dan *premium*. Selain itu bentuk dari *stemnya* yang dinamis dan unik. Namun dalam aplikasinya, font ini akan mengalami sedikit modifikasi untuk menyesuaikan dengan *pattern* dan grafis Gado-Gado Arjuna. Selain itu juga menggunakan *font Gotham* dalam penulisan keterangan ‘sejak 1970’. Jenis *font* ini dipilih karena memiliki *stroke* yang konsisten dan *balanced* sehingga mampu menimbulkan kesan modern dan *simple* serta kombinasi Sans serif dan serif yang saling menyeimbangkan satu sama lainnya.

Dalam penggunaan font teks-teks atau keterangan-keterangan tambahan menggunakan *PF Din Pro*. Misalnya saja untuk keterangan alamat, instruksi kemasan, dan lainnya. Terpilihnya *font* ini karena *font* ini memiliki tingkat *readability* yang cukup baik dan *stroke* yang tepat sehingga memudahkan untuk dibaca.