

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Kreatif

3.1.1. Tujuan Kreatif

Perancangan desain kemasan ini dimaksudkan untuk mempertegas bahwa Bipang Jangkar adalah oleh-oleh khas dari Pasuruan. Sifat oleh-oleh adalah sesuatu yang diberikan secara cuma-cuma, memberi yang terbaik, sesuatu yang layak untuk diberikan, untuk mempererat silaturahmi, untuk menyenangkan atau menghargai penerima oleh-oleh tersebut. Kemasan sebagai hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen, harus dapat memberikan keyakinan bagi calon konsumen. Maka dari itu, produk Bipang Jangkar yang telah teruji dari segi rasa dan mutu juga perlu didukung oleh kemasan yang berkualitas. Selain pada kemasan, identitas visual juga perlu diberikan pada media promosi pendukung lainnya sehingga bisa saling menguatkan tujuan tersebut.

3.1.1.1. *Brand Positioning*

Posisi yang ingin dicapai adalah Bipang Jangkar bukan sebagai makanan ringan yang kuno/*out of date* atau yang membuat orang merasa malu dan turun derajatnya jika mengkonsumsinya, namun lebih kepada Bipang Jangkar sebagai makanan ringan yang klasik, tradisonal, melegenda, dan memiliki nilai *memorable*. Sehingga makanan bipang bisa beradaptasi dengan camilan zaman sekarang dan orang justru merasa bangga bisa menikmati bipang di masa sekarang.

3.1.1.2. *Brand Identity*

Pemilihan Jangkar sebagai merek dan logo itu bermula dari kehidupan masyarakat yang saat itu yang sebagian besar adalah nelayan. Pekerjaan nelayan sangat erat dengan benda yang disebut jangkar. Ciri-ciri jangkar adalah memiliki ukuran yang besar, kokoh, terbuat dari logam/besi, dan berbentuk seperti cakar/garpu untuk menancap di dasar laut. Pembuatan jangkar sebagai logo adalah tindakan yang persuasif, mudah diterima, mudah dipahami oleh masyarakat saat

itu. Pemakaian logo Jangkar akan tetap diimplementasikan dalam desain kemasan yang akan dibuat karena sudah dikenal, mengakar, dan mendapat tempat di hati masyarakat selama puluhan tahun. Identitas merek tidak berubah tapi yang berubah identitas visual merek sesuai dengan perkembangan zaman, teknologi, dan persepsi masyarakat saat ini.

3.1.1.3. Brand Image

Pada produk Bipang Jangkar yang lama, *image* yang ditampilkan terkesan kuno, sederhana, lugu, merakyat. Pada perancangan desain kemasan yang akan dibuat, kesan tempo dulu tersebut akan tetap dipertahankan dan digabung dengan unsur kekinian yang disusun secara estetis. *Image* yang ingin dinyatakan pada perancangan desain kemasan ini adalah bipang sebagai camilan khas Pasuruan. Kota Pasuruan sampai saat ini berfungsi sebagai kota pelabuhan, *image* tersebut tetap dipertahankan dalam visualisasi kemasan karena ada relevansi antara pemilihan logo dan merek Jangkar dengan fungsi kota Pasuruan sebagai kota pelabuhan. Dengan mengangkat tema pelabuhan sebagai visualisasi pada kemasan, juga dapat berfungsi untuk mengingatkan kembali bahwa Pasuruan adalah salah satu kota pelabuhan yang masih eksis di Jawa Timur.

3.1.2. Strategi Kreatif

3.1.2.1. Pola Dasar Bentuk Kemasan

Dengan memperhatikan segi kepraktisan saat dimakan, bipang dibuat dalam ukuran kecil. Masing-masing potongan bipang dibungkus kertas agar tangan tidak lengket atau kotor saat memegang. Selain itu penggunaan bungkus kertas juga memberikan sensasi nostalgia seperti pada makanan tempo dulu. Untuk menjaga kerenyahan bipang, tetap menggunakan bungkus plastik. Bentuk dasar kemasan secara keseluruhan adalah bentukan sederhana seperti tabung atau balok, mengingat bentuk bipang yang memakan cukup banyak ruang.

Sistem pola pengemasan produk pada perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu:

a) Kemasan Eceran

Kemasan dibedakan menurut kategori rasa (susu buah, buah, original, dan lain-lain). Kemasan eceran dibagi menjadi 2 jenis, yang menggunakan mika (berfungsi seperti toples) dan menggunakan karton/kertas.

b) Kemasan Paket

Kemasan paket (*gift box*) berfungsi sebagai hadiah yang akan diberikan kepada orang lain. Isi kemasan paket ini tidak memiliki ketentuan khusus, orang dapat mengisinya dengan produk bipang apa saja dan sesukanya sehingga kemasan dibuat dengan ukuran yang cukup besar dan bentuk yang memudahkan untuk dibawa.

3.1.2.2. Fungsi Utama Kemasan

Fungsi utama kemasan adalah untuk menyatakan identitas visual yang jelas dari Bipang Jangkar sehingga dapat memberikan keyakinan produk dan menghindari keragu-raguan/kebingungan pada konsumen. Selain itu kemasan di sini juga berfungsi sebagai alat pemasaran utama.

3.1.2.3. Bahan/Material Dasar Kemasan

Pada kemasan primer akan menggunakan bahan kertas (kertas roti) yang kemudian dibungkus bahan plastik tranparan dengan ketebalan 0,5mm. Sedangkan pada kemasan sekundernya akan menggunakan bahan yang kokoh dan memberi bentuk pada produk. Bahan tersebut dapat berupa mika (ketebalan 0,1 mm) dan kertas 250-300gsm. Penggunaan bahan label dan karton/kertas akan menggunakan jenis kertas *uncoated* untuk lebih mendapatkan kesan alamiah dan tradisonal. Untuk bahan *shopping bag* juga akan terbuat dari kertas. Sedangkan untuk pembuatan kemasan paket akan menggunakan jenis bahan karton yang agak tebal atau dari bahan kerdus.

3.1.2.4. Gaya Desain

Gaya desain yang dipakai adalah Indonesia tempo doeloe dan *new simplicity*. Alasan dari penggunaan gaya desain Indonesia tempo doeloe adalah karena produk merupakan makanan yang *memorable* karena sudah ada sejak lama, klasik, dan khas dari Indonesia sehingga kesan dan sensasi tersebut patut dipertahankan. Selain itu juga digunakan penggabungan dengan gaya desain *new simplicity* agar desain tidak terkesan kuno atau ketinggalan zaman. Gaya desain *new simplicity* dipakai juga karena ingin menampilkan unsur kekinian yang cenderung lebih modern untuk menyesuaikan preferensi masyarakat zaman sekarang. Sehingga orang dalam menilai produk tidak langsung meremehkan produk tersebut dan men-cap produk tersebut sebagai barang zaman dulu/kuno/*out of date*. Gaya desain ini nantinya juga akan diterapkan pada media pendukung seperti kartu nama dan brosur sebagai pengaplikasian identitas visual.

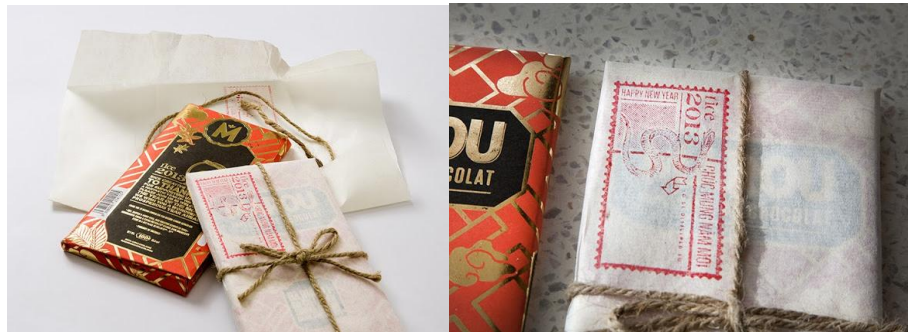
3.1.2.5. Sistem Buka Tutup

Pada sistem buka tutup kemasan dibuat sederhana agar memudahkan orang ketika mengambil atau membuka makanan tersebut. Untuk kemasan eceran berbahan karton/kertas, sistem penutupan kemasannya seperti *box* amplop dan ketika kemasan dibuka harus menciptakan ruang bukaan yang cukup lebar (tidak terhalangi oleh penutupnya) karena ukuran bipang yang cukup memakan tempat. Lalu untuk kemasan yang menggunakan mika dan berfungsi seperti toples, cara membukanya adalah hanya dengan menarik tutupnya saja.

3.1.3. Program Kreatif

3.1.3.1. Refrensi Visual

Gambar di bawah merupakan contoh tampilan visual pengemasan yang menggunakan konsep tempo dulu (penggunaan kertas dan cap).



Gambar 3.1. Kemasan coklat Marou

Sumber: http://www.packagingoftheworld.com/2013/07/rice-tet-2013-gift_29.html

Gambar di bawah adalah contoh untuk *style* ilustrasi yang akan digunakan.



Gambar 3.2. Kemasan The Butler's Pantry

Sumber: <http://www.packagingoftheworld.com/2013/12/the-butlers-pantry.html>



Gambar 3.3. Gaya desain Indonesia tempo doeloe (poster iklan Austin)

Sumber: <http://iklantempodulu.blogspot.com/2011/04/austin-a40-countryman-de-lichte.html>

3.1.3.2. Warna

Menyesuaikan dengan gaya desain yang telah ada yaitu gaya desain Indonesia *tempo doeloe* dan *simplicity*, maka warna-warna yang akan dipakai juga ditentukan berdasarkan gaya desain tersebut agar desain bisa selaras dan saling menguatkan. Pada perancangan desain, tidak menggunakan banyak warna, hanya 1-2 warna saja. Teknik dua warna ini dilakukan untuk mendukung kesan tempo dulu, di mana pada masa itu hasil cetak 2 warna (warna primer dan putih sebagai *background*) lebih mudah dilaksanakan dibanding *fullcolor*. Warna yang akan digunakan adalah *navy blue*. Warna *navy blue* ini dipakai karena dianggap sesuai dengan tema pelabuhan dan konsep Jangkar itu sendiri. Selain itu, penggunaan warna biru ini dipakai karena sesuai dengan produk Bipang Jangkar (nama produk dan warna kemasan) yaitu Bipang Jangkar Biru.

3.1.3.3. Merek/Logo/Brand Name

Merek yang akan digunakan adalah sesuai dengan yang aslinya yaitu Jangkar. Logo Bipang Jangkar akan mengalami perubahan yang sifatnya sebagai peremajaan logo sehingga logo tidak mengalami perubahan hingga 100%. Alasan untuk tetap mempertahankan nama merek dan logo adalah karena merek dan logo sudah dikenal dan tertanam dalam benak masyarakat. Logo dan merek Jangkar adalah tanda pengenal paling jelas pada produk. Oleh karena itu penggunaan gambar Jangkar pada logo akan tetap dipertahankan. Perubahan logo dilakukan dengan tujuan agar tampilan visual secara keseluruhan dapat harmonis. Perubahan logo yang dilakukan hanya sebatas pada perubahan *style* penggambaran, tipografi, dan pengurangan beberapa elemen yang dirasa kurang efektif.



Gambar 3.4. Logo Bipang Jangkar yang asli

3.1.3.4. Ilustrasi/Gambar

Penggunaan ilustrasi pada desain perancangan ditentukan berdasarkan dari tema pelabuhan sebagai ciri khas dari Pasuruan yang juga masih memiliki relevansi dengan latar belakang Bipang Jangkar. Tema pelabuhan yang dimaksud adalah penggambaran suasana pelabuhan atau penggunaan elemen-elemen yang ada di pelabuhan, contohnya seperti tali jangkar, kapal, alat kemudi kapal, kompas, ombak laut, kayu, dan lain-lain. Gaya penggambaran ilustrasi akan disesuaikan dengan gaya desain yang telah terpilih yaitu gaya Indonesia tempo doeloe.

3.1.3.5. Jenis *Font*/Tipografi

Jenis tipografi yang akan digunakan pada desain perancangan ini adalah serif dan script. Penggunaan jenis tipografi *serif* untuk memperkuat kesan Jangkar yang kokoh dan kuat serta memberikan kesan yang klasik. Sedangkan tipografi jenis *script* digunakan untuk memperkuat kesan klasik dan *nostalgic* yang juga menjadi ciri khas dari gaya desain Indonesia tempo doeloe.



Gambar 3.5. Contoh tipografi *serif* dan *script*

3.1.3.6. Komposisi/Tata Letak

Komposisi atau tata letak akan dilakukan dengan konsep minimalis yang selain menyesuaikan dengan gaya desain *new simplicity*, tetapi juga supaya informasi yang tertera dapat tertangkap dengan jelas oleh konsumen. Pada desain kemasan, merek akan menjadi *focal point* dibandingkan elemen lainnya. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat langsung memahami bahwa produk tersebut adalah Bipang Jangkar.

3.2. Perencanaan *Budgeting*

1) Kemasan Eceran

a) Kemasan Bipang Bola

Bahan : Tabung mika (d: 8,5 cm; t: 23 cm)
Kertas Ivory 250gsm (1 plano = 79 x 109 cm)

Ukuran	: Label badan 28,5 x 8 cm (1 plano = 27 buah) Label tutup tabung 6 x 6 cm (1 plano = 234 buah)
Jumlah	: 1000
Biaya tabung mika	: Rp 3.000,00/buah (minimal pembelian 1000 pcs) Rp 3.000,00 x 1000 = Rp 3.000.000,00
Teknik	: Offset
Biaya Kertas	: 100 lembar = Rp225.000,00
Film	: (28,5 x 8 cm) x Rp 65,00 = Rp 14.820,00 (6 x 6 cm) x Rp 65,00 = Rp 2.340,00
Plat	: Rp 14.820,00 x 4 plat (CMYK) = Rp 59.280,00 Rp 2.340,00 x 4 plat (CMYK) = Rp 9.360,00
Pisau Potong	: (28,5 x 8 cm) x Rp 200,00 = Rp 45.600,00 (6 x 6 cm) x Rp 200,00 = Rp 7.200,00
Biaya Total	: Rp 3.363.600,00
Harga Satuan	: Rp 3.363,60

b) Kemasan Bipang Original

Bahan	: Kertas Ivory 250gsm (1 plano = 79 x 109 cm) Kertas Roti (75 x 100 cm) Kertas HVS (118,8 x 84 cm) Platik (14 x 20) cm
Ukuran	: 8,5 x 10,5 x 19 cm (1 plano = 3 buah)
Jumlah	: 1000
Teknik	: Offset
Biaya Plastik	: Rp 50,00 x 6000 = Rp300.000,00
Biaya kertas	: 100 lembar = Rp 225.000,00 Rp225.000,00 x 3,5 = Rp 787.500,00 600 lembar = Rp 180.000,00 22 lembar x Rp400,00 = Rp 8.800,00
Film	: (55 x 35,5 cm) x Rp 65,00 = Rp 126.913,00
Plat	: Rp 126.913 x 4 plat (CMYK) = Rp 507.652,00
Pisau Potong	: (55 x 35,5 cm) x Rp 200,00 = Rp 390.500,00

Biaya Total : Rp 2.301.365,00
Harga Satuan : Rp 2.301,37

2) Kemasan Paket (*gift box*)

Bahan : Kertas Ivory 350 gsm
Ukuran : 82 x 77,5 cm
Jumlah : 1000
Teknik : sablon (1 warna)
Biaya Kertas : 100 lembar = Rp 225.000,00
Rp 225.000,00 x 10 = Rp 2.250.000
Film : (109 x 79 cm) x Rp 65,00 = Rp 559.715,00
Pisau Potong : (109 x 79 cm) x Rp 200,00 = Rp 1.722.200,00
Biaya Cetak : Rp 75,00 x 1000 = Rp 75.000,00
Biaya Total : Rp 4.606.915,00
Harga Satuan : Rp 4.606,92

3) *Shopping Bag*

Bahan : Kertas Ivory 250gsm (1 plano = 79 x 109 cm)
Ukuran : 9 x 20 x 24,5 cm (1 plano = 3 buah)
Jumlah : 1000
Teknik : Offset
Biaya kertas : 100 lembar = Rp 225.000,00
Rp 225.000,00 x 3,5 = Rp 787.500,00
Film : (35,5 x 60 cm) x Rp 65,00 = Rp 138.450,00
Plat : Rp 138.450,00 x 4 plat (CMYK) = Rp 553.800,00
Pisau Potong : (35,5 x 60 cm) x Rp 200,00 = Rp 426.000,00
Biaya Total : Rp 1.905.750,00
Harga Satuan : Rp 1.905,75