

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1 Tujuan Kreatif

Tujuan utama dari perancangan ini adalah perancangan *brand* dan desain kemasan yang menaikkan citra kue Toko Kue D'en C menjadi oleh-oleh unik/*handmade* yang berkualitas di Kota Makassar. Kemasan pada perancangan ini dibuat menjadi kemasan yang praktis, higienis, dan menarik dari segi bentuk, maupun visual. Melihat dari kemasan sebelumnya, kemasan produk oleh-oleh dari Toko Kue D'en C tidak memiliki ciri khas yang menonjol sebagai pembeda dengan kompetitor. Sehingga pada saat dibawa keluar kota sebagai produk oleh-oleh, kemasan tidak memiliki ciri khas menonjol yang diingat oleh para konsumen. Untuk perancangan *brand*, nama *brand* akan diubah menjadi *D&C Home Bakery* agar mempermudah konsumen mengingat nama *brand*. Demi mempermudah pelanggan dan produsen, pola kemasan akan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dalam membawa oleh-oleh.

3.1.1 *Brand Positioning*

Costumer insight : Konsumen membeli oleh-oleh untuk membagikan suasana/ pengalaman daerah yang dikunjungi. Menyukai oleh-oleh makanan karena berguna untuk teman/keluarga yang diberi.

Manfaat : Menjadi penganan di saat senggang, menjadi buah tangan untuk dibagikan kepada teman maupun keluarga, sebagai makanan penutup, sajian tamu

Diferensiasi : Produk yang tidak terlalu manis sehingga tidak memberikan rasa enek, menggunakan bahan tertentu yang berbeda dari jenis pada umumnya, harga terjangkau, bahan berkualitas, bertekstur gurih, menggunakan bahan yang memberi kesan renyah seperti kacang kenari; kacang almond; kulit pastry; butiran caramel, diproduksi di Kota Makassar

Personality : *Reliable, trusted, caring*, ramah, peduli, simple, *handmade*, jujur, modern, hangat

Brand Essence : *Your Sweet Companion* yang berarti pendamping yang manis (makanan manis), peduli, ramah, dan melengkapi keinginan konsumen dalam hal kecil (panganan).

Positioning brand Toko Kue D'en C adalah panganan oleh-oleh yang menyampaikan/ membagikan keistimewaan Kota Makassar. Positioning ini dipilih untuk memperkenalkan oleh-oleh modern dari kota Makassar yang cocok untuk dibagikan kepada keluarga/ teman. Keistimewaan yang dimaksud adalah kualitas, kesan *handmade*, rasa yang pas, dan sedikit selera penduduk Kota Makassar (selera penduduk Kota Makassar yang menyukai kue gurih, renyah, dan tidak terlalu manis).

3.1.2 Brand Identity

Identitas *brand* yang akan digunakan dalam perancangan ini ditunjukkan dengan penggunaan style ilustrasi yang seragam yaitu ilustrasi sketsa untuk memberi kesan unik dan *handmade*, warna yang sesuai dengan *brand* dan penempatan logo Toko Kue D'en C yang telah disederhanakan.

3.1.3 Brand Image

Citra *brand* yang akan diangkat adalah kesan hangat, khas, dan modern. Kesan khas pada desain pada kemasan menggunakan ilustrasi ikonik Kota Makassar seperti Pantai Losari, Tari Paraga, Benteng Fort Rotterdam dan Kapal Pinisi akan ditampilkan dalam ilustrasi sketsa yang memberikan kesan khas Kota Makassar pada keempat kemasan. Kesan modern dari penggunaan tipografi, foto produk, dan *layout* desain kemasan. Konsep hangat diterapkan pada warna kemasan.

3.2 Strategi Kreatif

3.2.1 Pola Dasar Bentuk Kemasan

Kemasan primer produk oleh-oleh pada perancangan ini masih menggunakan plastik OPP 6 cm x 10 cm, kertas roti pada kue basah dan *Almond Crispy* agar menjaga produk tidak berkontak langsung dengan kemasan sekunder. Kemasan sekunder yang digunakan adalah kotak ivory yang memiliki ketebalan

yang cukup untuk menjaga produk aman dari berbagai guncangan dan tekanan. Pola kemasan akan dibuat berbeda agar mempermudah konsumen ketika membuka produk dan membawa produk. Untuk ukuran akan mengikuti produk oleh-oleh yang diangkat. Hal ini bertujuan agar kemasan tersebut memiliki ketepatan dalam hal ukuran, dan biaya produksi dapat ditekan sesuai kebutuhan. Logo, informasi, warna dan ilustrasi juga ditampilkan pada kemasan. Pada kemasan pia, bentuk kemasan berupa balok berkaki yang dibuka dari tengah kemasan. Hal ini untuk mempermudah membuka kemasan dan mengambil produk. Kemasan kue basah menggunakan kotak berbahan kertas ivory 310 gram berlaminasi doff untuk menjaga ketahanan bentuk produk dan dapat dijinjing. Kemasan tersier menggunakan tas karton yang terbuat dari kertas dupleks 400 gram dan menggunakan tali kur/pita.

3.2.2 Fungsi Utama Kemasan

Pada perancangan ini kemasan yang digunakan sebagai wadah untuk melindungi produk dari berbagai guncangan dan tekanan. Selain itu kemasan juga berfungsi untuk mempermudah konsumen dan toko oleh-oleh dalam membawa dan menyimpan produk. Fungsi promosi juga terlihat dari ilustrasi, bentuk kemasan dan gaya grafis pada kemasan.

3.2.3 Bahan/Material Kemasan

Material kemasan primer akan menggunakan plastik lembaran transparan yang *dipress*. Penggunaan plastik bertujuan untuk menjaga kerenyahan produk. Warna transparan juga memberi kesan higienis dan memperlihatkan produk secara langsung kepada konsumen. Pada kemasan sekunder menggunakan kotak berbahan kertas ivory dengan ketebalan yang cukup agar produk tidak mudah rusak ketika dibawa atau disimpan. Kemasan sekunder *Almond Crispy* akan menggunakan toples berbahan kaleng untuk mempertahankan kualitas dan bentuk produk.

3.2.4 Gaya Desain

Desain Kemasan menggunakan ilustrasi sketsa hal-hal ikonik Kota Makassar untuk memberikan nuansa Kota Makassar dan memberikan kesan khas Kota Makassar. Layout yang modern memberi kesan kue modern yang telah dimodifikasi sesuai perkembangan zaman. Pada bagian samping kemasan akan menampilkan gambar produk agar menggugah selera konsumen untuk mencoba.

Warna yang digunakan menggunakan warna cerah seperti krem, merah, kuning, hijau, serta coklat. Warna ini dipilih untuk menyesuaikan dengan warna baju adat Kota Makassar menggunakan warna merah.

Jenis tipografi yang digunakan sebagai logo adalah font dekoratif yang memberi kesan khas. Jenis tipografi pada nama produk menggunakan font serif untuk memberi kesan klasik dan unik. Pada font informasi menggunakan sans serif untuk kesan modern dan mudah dibaca. Pada logo *brand* akan menggunakan *logotype* agar mempermudah pelanggan mengingat *brand* dan pengaplikasian ke kemasan tetap terlihat meskipun berukuran kecil.

3.2.5 Sistem Buka Tutup

Untuk sistem buka tutup kemasan akan dibuat sederhana agar mempermudah konsumen dalam membuka kemasan, produsen dalam melipat kemasan, dan toko pada saat memajang dan menyimpan kemasan di etalase.

3.3 Program Kreatif

3.3.1 Referensi Visual

Pada perancangan desain kemasan ini, terdapat beberapa referensi visual yang membantu dalam membuat konsep kemasan yang praktis, higienis, ekonomis dan unik dari segi bentuk maupun visual. Berikut beberapa gambar kemasan yang dijadikan referensi pada perancangan ini.



Gambar 3.1 Kemasan kue oleh Vadim Briksin

Sumber gambar: https://www.behance.net/gallery/18441817/packageoffline-confectionery-products-Depot-WPF?utm_content=buffer3412b&utm_medium=social&utm_source=pinterest.com&utm_campaign=buffer

Pada referensi di atas yang digunakan adalah tampilan ilustrasi dan penataan gambar pada kemasan serta penggunaan foto pada kemasan.



Gambar 3.2 Kemasan Pia Legong

Sumber gambar: <http://fena-sear7.blogspot.com/2016/03/pia-legong.html>

Kemasan Pia Legong merupakan referensi kemasan yang terkesan elegan. Hal yang digunakan dalam referensi ini adalah penataan informasi, penggunaan gambar yang menonjolkan khas Bali dan warna coklat kemerahan yang digunakan.



Gambar 3.3 Creative Egg Packaging Design

Sumber gambar: <https://www.designbolts.com/2016/10/16/20-fresh-cool-creative-food-packaging-design-assemblage-for-inspiration/>

Bentuk pola kemasan telur diatas menjadi referensi dalam pembuatan kemasan Pia karena dapat menekan biaya produksi, bentuk yang unik, dan sistem buka tutup yang mempermudah konsumen.



Gambar 3.4 WRBR Food Packaging

Sumber gambar: <https://fivestarlogo.com/>

Kemasan WRBR menjadi referensi dalam kemasan kue basah karena kotak yang mudah di bawa dan bentuk yang simpel serta sistem buka tutup yang mudah. Pola kemasan juga dapat menekan biaya produksi.

3.3.2 Warna

Penggunaan warna pada perancangan ini disesuaikan dengan konsep hangat dan modern. Oleh sebab itu untuk menimbulkan kesan hangat, warna yang digunakan adalah coklat tua dan krem. Konsep modern menggunakan warna kontras seperti kuning dan merah. Untuk logo menggunakan warna cerah agar terlihat jelas. Untuk ilustrasi menggunakan warna yang senada dengan warna latar agar terlihat namun tidak lebih kontras dari logo.



Gambar 3.5 Warna yang dipilih untuk visual kemasan dan *brand*

3.3.3 Merek/ Logo/ Brand Name

Untuk nama *brand* menggunakan nama *D&C Home Bakery*. Penggunaan nama ini pada produk akan mempermudah konsumen untuk mencari produk kedua kalinya.

3.3.4 Ilustrasi/ Gambar

Ilustrasi yang digunakan pada kemasan adalah ilustrasi dari ciri khas Kota Makassar seperti Kapal Pinisi, Pantai Losari, Benteng Rotterdam dan ikon-ikon lainnya. Penggunaan ilustrasi-ilustrasi ini memberi kesan unik dan khas pada produk. Foto produk juga ditampilkan agar konsumen mengetahui bentuk jelas produk tanpa membuka kemasan.

3.3.5 Jenis Font/ Tipografi

Logo menggunakan *typeface* dekoratif agar terkesan khas. Sedangkan penggunaan tipografi yang ada pada kemasan menggunakan *typeface* sans serif dan serif. Pemilihan *typeface* serif ini agar terkesan eksklusif dan modern. Penggunaan *typeface* serif terletak pada nama produk. Pemilihan tipografi sans serif karena keterbacaannya lebih mudah dan memberi kesan modern serta merupakan kombinasi yang baik dengan jenis tipografi serif. *Sans serif* digunakan pada berbagai informasi yang tercantum dalam produk.



Gambar 3.6 Jenis Huruf yang dipakai pada Kemasan

3.3.6 Komposisi/ Tata Letak

Dalam perancangan ini penggunaan jenis font dibatasi menjadi 3 jenis, sedangkan pada warna akan dibatasi menjadi lima warna. Hal ini untuk menghindari penggunaan warna berlebihan yang dapat membuat konsumen tidak

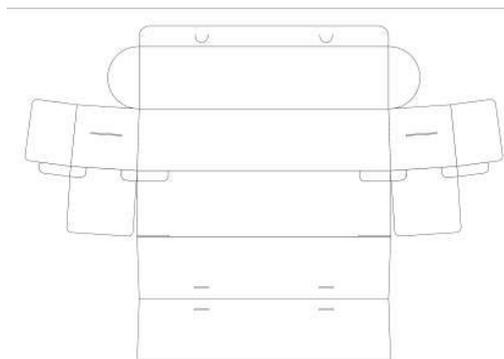
fokus dan menjaga keseragaman. Penerapan warna sangat diperhatikan karena warna merupakan elemen visual yang langsung tertanam dalam benak konsumen. Ukuran huruf juga perlu disesuaikan agar mudah terbaca oleh konsumen.

Penataan elemen visual diurutkan dengan baik agar mempermudah keterbacaan informasi oleh konsumen. Demikian pula dengan pemilihan teks dan penataannya agar menjadi satu kesatuan maka ditata dengan rapi. Hal inilah yang akan memberikan kesan modern. Penggunaan elemen visual tidak terlalu ramai agar terkesan eksklusif dan cocok untuk dijadikan hadiah kepada teman dan keluarga.

3.4 Rencana Anggaran Biaya Produksi

1. Kemasan Kue Pia

Kemasan Kue Pia berbentuk trapesium berkaki. Kemasan primer menggunakan plastik OPP. Satu kemasan berisi 8 buah Kue Pia. Kemasan sekunder Kue Pia berbahan ivory 310gr dengan laminasi *doff*.



Gambar 3.7 Pola Kemasan Kue Pia

Tabel 3.1. Rencana Biaya Produksi Kemasan Kue Pia

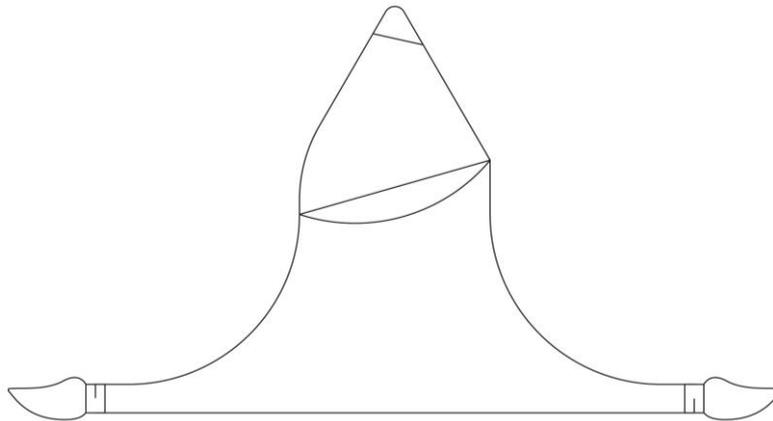
Bahan Kemasan	Primer : Plastik OPP Sekunder : Ivory 310 gr laminasi <i>Doff</i>
Ukuran Kemasan	Primer: plastik : 6 cm x 10 cm Sekunder : 24,4 cm x 6,4 cm x 6 cm
Harga	Primer: Plastik: Rp. 6000,- / 200 buah = Rp.30,- /buah

	Sekunder: Rp. 3.000.000,-/2.000 buah = Rp. 1.500/buah
Jumlah	Primer: Plastik : Rp.30,- x 2.000 buah kemasan x 8 buah kue pia = Rp. 480.000,- Sekunder: Rp. 3.000.000,-
Total Biaya	Rp. 3.480.000,-/2.000 buah
Harga Satuan	Rp. 1.740,-
Teknik Cetak	<i>Sekunder: offset</i>

Sumber: CV Inti Sarana Agung Perkasa (2020)

2. Kemasan Kue *Almond Crispy*

Kemasan *Almond Crispy* menggunakan bahan kertas roti Pada kemasan sekunder menggunakan kaleng kertas dan dilapis label kertas. Minimal pemesanan kaleng 100 buah.



Gambar 3.8 Label Kemasan Sekunder *Almond Crispy*

Tabel 3.2. Rencana Biaya Produksi Kemasan *Almond Crispy*

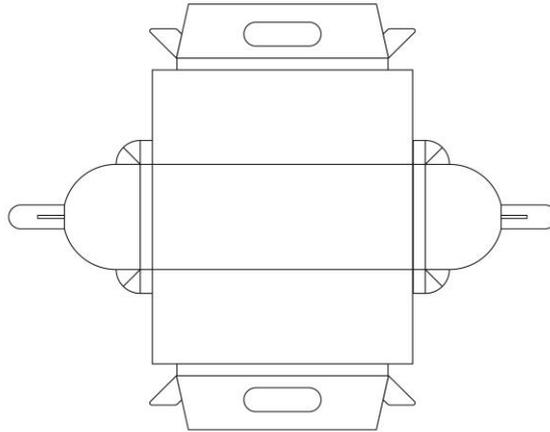
Bahan Kemasan	Primer : Kertas roti Sekunder :
---------------	------------------------------------

	<i>Composite can membrane soft top</i> dan Label <i>artpaper</i> 310 gr laminasi doff
Ukuran Kemasan	Primer : <ul style="list-style-type: none"> - Kertas roti : 20 cm x 25 cm Sekunder : <ul style="list-style-type: none"> - Composite Can : diameter 10 cm x 10 cm - Label : 40.5 cm x 21.46 cm
Harga	Primer: <ul style="list-style-type: none"> - Kertas Roti : Rp. 500,-/ buah Sekunder: <ul style="list-style-type: none"> - Composite Can : Rp.5000,- /buah - Label : Rp. 7.000,- / 2 buah = Rp. 3.500,- /buah
Jumlah per 500 kemasan	Primer: <ul style="list-style-type: none"> - Kertas roti : Rp.500,- x 500 buah = Rp. 250.000,- Sekunder: <ul style="list-style-type: none"> - Composite can : Rp. 5.000,- x 500 buah = Rp. 2.500.000,- - Label : Rp. 3500,- x 500 buah = Rp. 1.750.000,-
Total Biaya	Rp. 4.500.000,- / 500 buah
Harga Satuan	Rp. 9.000,-
Teknik Cetak	Sekunder : digital printing

Sumber: Packaging House Indonesia (2020)

3. Kemasan Kue Bolu Gulung

Kemasan primer Kue Bolu Gulung menggunakan kertas roti dan menggunakan kotak sebagai kemasan sekundernya.



Gambar 3.9 Pola Kemasan Kue Bolu Gulung

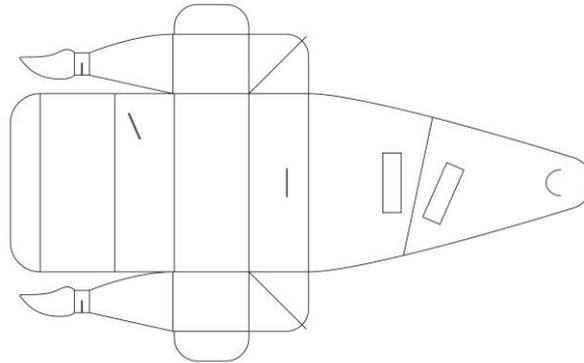
Tabel 3.3. Rencana Biaya Produksi Kemasan Kue Bolu Gulung

Bahan Kemasan	Primer : kertas roti Sekunder : kertas ivory 310 gsm laminasi doff
Ukuran Kemasan	Primer : Kertas roti: 35 cm x 25 cm Sekunder : 27 cm x 11 cm x 14 cm
Harga	Primer: Rp. 30.250,-/ 55 Lembar = Rp.550,- / lembar Sekunder: Rp.3500.000,-/2000 buah = Rp. 1750,-/ buah
Jumlah per 2000 buah	Primer: Rp.550,- x 2000 = Rp. 1.100.000,- Sekunder: Rp. 3.500.000
Teknik Cetak	<i>Sekunder: Offset</i>
Total Biaya	Rp. 4.600.000,-/ 2.000 buah
Harga Satuan	Rp. 2.300,-

Sumber: CV Inti Sarana Agung Perkasa (2020)

4. Kemasan Kue Lapis Legit

Kemasan primer Kue Lapis Legit adalah kertas roti, untuk kemasan sekunder menggunakan kertas ivory 310 gr berukuran panjang 24 cm x lebar 10 cm x tinggi 23 cm laminasi *doff*



Gambar 3.10 Pola Kemasan Lapis Legit

Tabel 3.4. Rencana Biaya Produksi Kemasan Kue Lapis Legit

Bahan Kemasan	Primer : kertas roti Sekunder : Ivory 310 gsm laminasi <i>glossy</i>
Ukuran Kemasan	Primer : 30 cm x 25 cm Sekunder : 24 cm x 10 cm x 23 cm
Harga	Primer: Rp. 550,- Sekunder: Rp. 7.250.000,- / 500 buah = 14.500
Jumlah per 500 pcs	Primer: Rp.550,- x 500 = Rp.275.000,- Sekunder: Rp.7.250.000,-
Teknik Cetak	<i>Sekunder: Offset</i>
Total Biaya	Rp.7.525.000,- / 500 buah
Harga Satuan	Rp.15.050,-

Sumber: CV Inti Sarana Agung Perkasa (2020)