

REDESAIN KEMASAN KOTAK KOPI BUBUK SURYA DI DAIRI,
SUMATERA UTARA



Oleh:

HUSNI SIHHAH ANGKAT

85894/ 2007

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Wisuda Periode Juni 2015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**REDESAIN KEMASAN KOTAK KOPI BUBUK SURYA DI DAIRI,
SUMATERA UTARA**

Husni Sihhah Angkat

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Husni Shihhah Angkat untuk persyaratan wisuda periode Juni 2015 dan telah diperiksa/ disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 22 Juni 2015

Dosen Pembimbing I



Hendra Ariwan, S. Sn. M.Sn
NIP: 19770401.200812.1.002

Dosen Pembimbing II



Yofita Sandra, S.Pd, M.Pd
NIP: 19790712.20050.1.2004

REDESAIN KEMASAN KOTAK KOPI BUBUK SURYA DI DAIRI,
SUMATERA UTARA

Husni Sihhah Angkat¹, Hendra Afriwan², Yofita Sandra³
Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
husnishhhah@gmail.com

Abstrak

Tujuan redesain kemasan kotak Kopi Bubuk Surya ini adalah (1) Membuat desain kotak kopi dengan tampilan yang lebih sederhana namun terlihat eksklusif. (2) Membuat desain kotak kopi yang unik sehingga mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk Kopi Bubuk Surya. Data yang didapat dalam perancangan media promosi ini adalah dengan melakukan observasi dan wawancara ke perusahaan. Hasil karya akhir berupa kemasan sebagai media utama, yang didalamnya dikenalkan keunggulan dan kenikmatan hasil produk juga sebgai informasi penting perusahaan.

Kata Kunci: Kopi Bubuk Surya, promosi, Kemasan.

Purpose redesign of box package Kopi Bubuk Surya are (1) to design coffee box with the view that a more simple but visible exclusive. (2) To design coffee box who unique so capable attract consumer interest for buy Kopi Bubuk Surya product. The file of designing media this promotion is with doing observation and interviews into the company. Outcome works of end the form of packaging as the the main media, introduced excellence and enjoyment the results of the products in this packaging and the part of important information enterprise.

Keywords: Kopi Bubuk Surya, promotion, Packaging.

¹Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Kopi Bubuk Surya merupakan salah satu merek kopi yang berasal dari Kota Sidikalang, Kabupaten Dairi. Berdirinya perusahaan kopi ini berawal dari keinginan Koperasi Sumber Usaha “ Sumber Daya” untuk mengenalkan Kopi Sidikalang melalui merek Kopi Bubuk Surya. Namun permasalahan yang dihadapi perusahaan ini adalah minimnya melakukan promosi sehingga merek ini kurang dikenal oleh masyarakat. Promosi yang pernah dilakukan oleh pihak perusahaan adalah melalui media Radio dan membuat kemasan kotak dengan desain yang sedemikian rupa, namun promosi ini belum mampu membangkitkan keinginan konsumen untuk membeli produk kopi ini.

Promosi dalam suatu produk maupun jasa sangat diperlukan agar dapat dikenal oleh orang banyak. Promosi merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan suatu instansi dalam memperkenalkan barang dan jasanya kepada masyarakat, yang bertujuan agar produk dan jasanya dapat dikenal oleh masyarakat. Tujuan promosi adalah menanamkan pengaruh atau mempengaruhi target audience agar terjadi pembelian.

Kemasan dapat diartikan sebagai suatu wadah/ bungkus yang digunakan untuk menempatkan suatu hasil produksi yang berguna untuk melindungi produk tersebut. Selain sebagai pelindung hasil produksi, kemasan juga dapat berguna sebagai nilai tambah dalam hal promosi terhadap produk perusahaan, agar dapat lebih menarik minat konsumen untuk mengkonsumsinya. Cenadi, CS. (2000) (<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>, Vol.2, No. 1, (Online) Diakses 21 November 2014) menjelaskan bahwa “Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh

kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk”.

Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Dari bentuk, ukuran, warna serta informasi-informasi yang ditampilkan pada kemasan dapat menimbulkan daya tarik. Sehingga produk dapat dibandingkan dengan kemasan-kemasan sejenis lainnya.

Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Dari bentuk, ukuran, warna serta informasi-informasi yang ditampilkan pada kemasan dapat menimbulkan daya tarik. Sehingga produk dapat dibandingkan dengan kemasan-kemasan sejenis lainnya.

Secara garis besar, tujuan dasar dari kemasan sebagai media pelindung dari cuaca dan kotoran bagi produk yang diwadahnya, biasanya kemasan melindungi produk dari pengaruh luar. Biasanya kemasan melindungi dari sinar matahari berlebih, kelembaban, dan sebagainya terhadap produk serta melindungi dari pengaruh tangan yang tidak benar.

Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga dapat digunakan sebagai promosi. Secara tidak langsung, tampilan suatu kemasan dapat menjadi iklan promosi terselubung bila ditampilkan di etalase atau pada saat pendistribusian. Semakin menarik konsep desain kemasan dan tata letaknya maka akan semakin memikat. Selain sebagai promosi tak langsung, kemasan juga dapat berguna sebagai Brand Image / Citra Merek. Kemasan dapat menjadi media untuk menancapkan citra merek kepada konsumen sehingga konsumen mudah mengingat dan fanatik untuk memilih produk.

B. Metode Perancangan

Metode yang dipakai untuk redesain kemasan kotak Kopi Bubuk Surya adalah dengan menggunakan metode analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunit, Threat). Teori analisa ini digunakan untuk menilai dan menilai ulang suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan untuk meminimumkan resiko yang timbul.

Berdasarkan data yang didapat, maka dapat dijelaskan analisis data sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strenght)

Beberapa kekuatan ataupun kelebihan dari kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya sehingga harus dibuat promosi ini adalah sebagai berikut:

- a. Kemasan kotak Kopi Bubuk Surya telah berfungsi dengan baik sebagai pelindung produk yang diwadahnya
- b. Desain yang ditampilkan kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya telah menggunakan ikon-ikon dan ilustrasi yang berhubungan dengan produk minuman kopi.

2. Kelemahan (Weakness)

Disamping kelebihan, kemasan kotak Kopi Bubuk Surya juga memiliki kekurangan yang harus diatasi oleh perusahaan ini yaitu desain kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya yang ada sekarang belum memiliki ciri-ciri yang dapat membedakannya dengan produk kopi merek lain sehingga kurang menarik minat konsumen untuk melirik dan membelinya.

3. Peluang (Opportunity)

Peluang yang dimiliki dengan perancangan ulang desain kemasan kotak kopi ini adalah memiliki identitas atau ciri-ciri yang menonjol bila dibandingkan dengan merek kopi lain sehingga dapat lebih mudah dikenali oleh konsumen.

4. Tantangan (Treat)

Tantangan yang dihadapi promosi melalui perancangan ulang desain kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya adalah hadirnya desain-desain kemasan yang baru dan lebih inovatif seiring semakin majunya teknologi jaman sekarang ini.

Dari pembahasan di atas penulis akan merancang sebuah media promosi lewat redesain kemasan sebagai media utama, yang ditunjang dengan media pendukung berupa mug, gantungan kunci, poster, standing banner, stiker, kartu nama, baju kaos, kelender meja, jam dinding dan pembatas buku

C. Pembahasan

1. Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam pemecahan masalah hingga menjadi bentuk dari media yang akan digunakan. Adapun pendekatan kreatif yang digunakan dalam perancangan promosi Kopi Bubuk Surya adalah:

a. Tujuan Kreatif

Tujuan dalam Perancangan Desain Kemasan Produk Kopi Bubuk Surya adalah untuk membuat kemasan yang lebih baik dari kemasan sebelumnya. Agar mampu mengenalkan produk Kopi Bubuk Surya kepada masyarakat luas, dan juga untuk mengangkat nama Kopi Dairi agar tidak kalah dengan kopi merek lainnya.

b. Strategi Kreatif

1. Pesan Verbal

Dalam perancangan promosi Kopi Bubuk Surya, penulis merancang desain kemasan dengan menggunakan ikon visual dan bahasa yang simpel, agar pesan yang diterima masyarakat tidak terlalu rumit dan lebih mudah dipahami. Pesan yang disampaikan dalam redesain kemasan kotak Kopi Bubuk Surya ini yaitu pengenalan citra keunggulan, keistimewaan dan kenikmatan dari Produk Kopi Bubuk Surya.

2. Pesan Visual

Unsur visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti. Pesan visual ataupun komunikasi visual yaitu penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa visual. Dalam promosi Produk Kopi Bubuk Surya ini akan dibuat pesan visual berupa gambar/ ilustrasi yang simple dan tidak kaku seperti gambar mug dan biji kopi yang selalu identik dengan minuman

kopi, maka masyarakat akan lebih mudah menerima pesan yang disampaikan melalui kemasan kotak kopi ini.

2. Media Utama

Media utama re-desain kemasan kotak Kopi Bubuk Surya di Dairi, Sumatera utara adalah media komunikasi *Below the Line* (Iklan Lini Bawah) karena iklan yang bisa berhubungan langsung dengan konsumen dan biro iklan tidak memungut biaya atas pemasangan iklannya . Melalui perancangan kemasan ini, akan ditampilkan pesan berupa pesan verbal dan pesan visual yang berhubungan dengan produk, dirancang semenarik mungkin agar ketika produk ini didisplay di tempat penjualan, konsumen langsung kenal dan tertarik untuk membelinya.

a. Konsep Visual

Unsur-unsur visual yang akan ditampilkan pada perancangan ulang kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya antara lain meliputi gaya/style, jenis tipografi, warna dan gambar yang berhubungan dengan laundry sehingga target audience akan lebih mudah memahami maksud dan tujuan yang disampaikan didalam setiap media promosi. Keseluruhan unsur-unsur visual selanjutnya akan disatukan dengan teknik layout yang simple namun tetap memunculkan kesan eksklusif.

b. Format Desain

1) Gaya/ style:

Gaya yang digunakan pada perancangan ulang Kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya ini adalah gaya yang simpel namun terlihat

eksklusif, sehingga kemasan nantinya mudah dibedakan dari kemasan kopi merek lain.

2) Tipografi :

Huruf yang digunakan dalam perancangan media promosi Kopi Bubuk Surya ini ada beberapa jenis. Huruf berbeda dan bervariasi agar menampilkan kesan lebih menarik dan tidak kaku. Adapun jenis huruf yang penulis gunakan antara lain: Vivian, Autumn, WinsorDemi, Century Gothic.

Vivian

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Winsordemi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

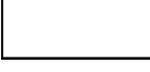
Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

3) Warna:

Pada perancangan promosi kopi bubuk Surya ini warna yang dipakai dominan coklat gelap, karena kopi identik dengan warna coklat gelap ataupun hitam. Warna coklat gelap ini dapat memberikan kesan mewah bila dipadukan dengan warna yang cocok. Metode warna yang digunakan pada perancangan yaitu warna CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) karena warna ini merupakan warna dasar yang telah standar dipergunakan. Adapun

warna – warna yang dominan digunakan didalam perancangan media promosi ini yaitu coklat muda, coklat tua, orange, putih dan hitam.

Warna	C	M	Y	K
	65	90	100	42
	4	14	24	0
	0	40	80	0
	0	20	100	0
	100	100	100	100
	0	0	0	0

4) Program kreatif

a. Pembahasan Media Utama

Headline dan Sub Headline

Kopi bubuk asli Sidikalang
Surya

Tagline



Ikon



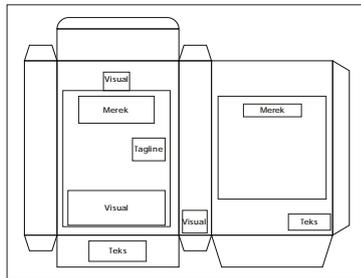
b. Pembahasan Media Pendukung

Peranan media pendukung adalah sebagai penunjang efektivitas dari media utama dalam mempromosikan Kopi Bubuk Surya ke target audience yang akan dituju. Media pendukung terdiri dari beberapa jenis yaitu:

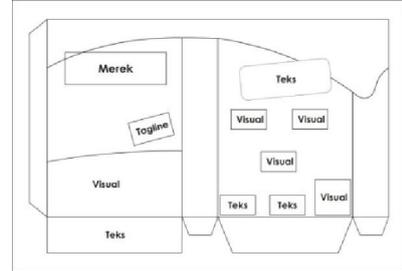
- 1) Mug
- 2) Gantungan Kunci
- 3) Baju Kaos
- 4) Kalender Meja
- 5) Stiker
- 6) Jam Dinding
- 7) Kartu Nama
- 8) Pembatas Buku
- 9) Poster
- 10) Standing Banner

c. Layout Kasar

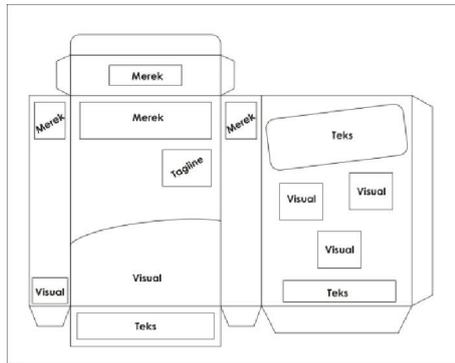
Alternatif 1



Alternatif 2



Alternatif 3



d. Layout Komprehensif



e. Final Desain

1) Media Utama

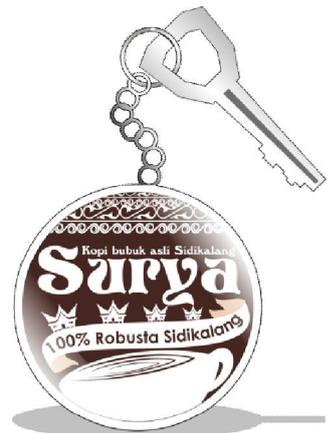


2) Media Pendukung

Mug



Gantungan Kunci



Standing Banner



Kartu Nama



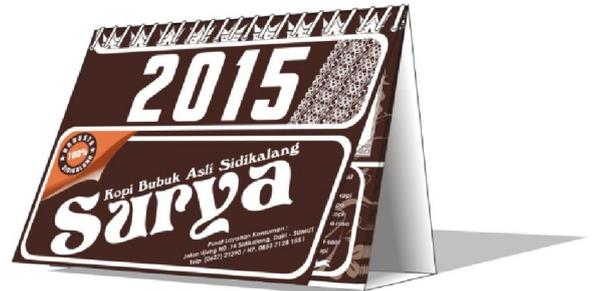
Pembatas Buku



Baju Kaos



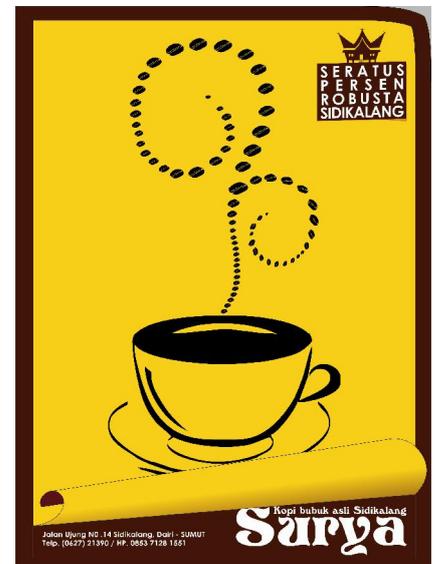
Kalender Meja



Stiker



Poster



Jam Dinding



D. Kesimpulan dan Saran

Hasil yang dicapai adalah merancang promosi Kopi Bubuk Surya dengan media utama yaitu redesain kemasan kotak, ditunjang dengan beberapa media pendukung seperti mug, poster, pembatas buku, jam dinding, kalender meja, baju kaos,

gantungan kunci, standing banner, kartu nama dan stiker yang akan mengenalkan Produk Kopi Bubuk Surya.

Melalui perancangan media promosi ini, penulis berharap perusahaan dapat lebih giat dalam mempromosikan produknya kemasyarakat. Penulis juga berharap kepada perusahaan lain yang ada di Dairi, agar lebih gencar dan kreatif mempromosi produknya sehingga Dairi lebih dikenal masyarakat luas.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan Pembimbing I

Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn dan Pembimbing II Yofita Sandra, S.Pd. M.Pd

Daftar Rujukan

Cenadi, Christine S. 2000, Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran, Vol. 2, No. 1, Januari 2000: 92 – 103 (Online), (<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>, diakses 21 November 2014)