

Desain Kemasan Sebagai Identitas Produk Pada PT Rahali Mandiri

Anita Bawaiqki Wandanaya¹, Mukti Budiarto², Hanif Muttaqin^{*3}

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja

E-mail: ¹anita@raharja.info, ²mukti@raharja.info, ^{*3}hanif.muttaqin@raharja.info

Abstrak

Pada zaman modern saat ini media informasi dan promosi berkembang sangat pesat. Untuk mencapai itu semuaselain melalui mediapromosi, desain kemasan produk yang ditawarkan harus menarik agar mendapat minat konsumen publik. PT. Rahali Mandiri adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa pengadaan dan perbaikan produk toner cartridge printer dan juga tinta infus printer. Kemasan yang digunakan oleh PT. Rahali Mandiri sebelumnya hanya menggunakan plastic wrap, pengemasan seperti ini tentu sudah sangat umum digunakan untuk membungkus sebuah produk dan terlihat kurang menarik saat diterima oleh konsumen. Permasalahan muncul ketika penampilan produk yang dipasarkan oleh para pesaing lebih baik dan memiliki nilai lebih. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menghasilkan kemasan produk pada PT. Rahali Mandiri yang lebih inovatif dan juga lebih efektif dalam penyampaian informasi mengenai produk yang dijual. Metode penelitian yang digunakan yakni pengumpulan data dan Konsep Desain. Konsep desain dalam perancangan kemasan ini adalah Modern Minimalis dan dalam proses desain yang dibuat penulis menggunakan software pendukung Adobe Photoshop.

Kata Kunci—Desain, Identitas, Produk

Abstract

In modern times today, information and promotional media are developing very rapidly. To achieve it all other than through promotional media, the product packaging design offered must be attractive in order to get the interest of public consumers. PT. Rahali Mandiri is a company engaged in the procurement and repair services of printer cartridge toner products and also printer infusion inks. Packaging used by PT. Rahali Mandiri previously only used plastic wrap, packaging like this is certainly very commonly used to wrap a product and looks less attractive when accepted by consumers. Problems arise when the appearance of the products marketed by competitors is better and has more value. Therefore, the purpose of this study is to produce product packaging at PT. Rahali Mandiri is more innovative and also more effective in conveying information about the products sold. The research method used is data collection and Design Concepts. The design concept in this packaging design is Modern Minimalist and in the design process created by the author using Adobe Photoshop supporting software.

Keywords—Design, Identity, Product

1. PENDAHULUAN

Kemasan adalah aktivitas membuat bungkus suatu produk biasanya dalam kemasan terdapat tiga hal, yaitu merek, desain produk dan label.^[1] PT. Rahali Mandiri adalah perusahaan yang beralamat di Jl. Raya Diklat Pemda No.06 Curug Wetan, Kec. Curug - Tangerang. Kemasan yang digunakan oleh PT. Rahali Mandiri sebelumnya hanya menggunakan plastic wrap, pengemasan seperti ini tentu sudah sangat umum digunakan untuk membungkus sebuah produk dan terlihat kurang menarik saat diterima oleh konsumen. Permasalahan muncul ketika penampilan produk yang dipasarkan oleh para pesaing lebih baik dan memiliki nilai lebih.

Tujuan penelitian ini adalah untuk Menghasilkan kemasan produk pada PT. Rahali Mandiri yang lebih inovatif dan juga lebih efektif dalam penyampaian informasi mengenai produk yang dijual. Maka dari itu terdorong keinginan untuk menambah nilai dan menciptakan image terhadap produk yang dipasarkan, maka perlunya dirancang sebuah desain kemasan agar dapat menjadi identitas perusahaan.

1.1. Tinjauan Pustaka

Dibawah ini teori yang melandasi dalam penelitian ini:

Desain kemasan digunakan untuk menampung, melindungi, mengangkut, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan produk di pasar.^[2]

Brand identity merupakan ciri khas suatu perusahaan yang memiliki makna dapat diterima oleh masyarakat atau konsumen.^[3]

Kemasan merupakan pelindung suatu barang yang di produksi untuk menjaga kualitas produk hingga sampai pada konsumen.^[4]

Kemasan yang tepat akan dapat meningkatkan kualitas produk dan memperpanjang masa kadaluarsa produk pangan serta dapat memberikan pengaruh dalam mempertahankan atau meningkatkan penjualan.^[5]

Kemasan merupakan alat yang dapat mendorong meningkatkan penjualan, dimana dalam strategi ini pelaku usahadiharapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang^[6]

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada pelanggan untuk diperhatikan keinginan pelanggan.^[7]

Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis. konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik.^[8]

1.2. Literature Review

Dibawah ini beberapa ulasan untuk pendukung tentang artikel ilmiah yang berkaitan dengan desain:

1. Penelitian yang dilakukan Kimberly Mulia Therisnajaya dkk (2021)^[9], “Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Produk Makanan”. Makalah ini bertujuan untuk menguraikan dan membahas proses perancangan tersebut serta hasil perancangan identitas visual dan desain kemasan dari sebuah produk makanan bersama Breotic. Perancangan identitas visual yang dilakukan menggunakan metode perancangan *glass box*.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Yosephin, Y., Priscilia, J., Melati, R., Isfandriani, R., & Suwanto, K. M. (2022).^[10], “Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Produk Mi Analog Sorgum (Studi Kasus: Sorgumee)”. Karena itu, tujuan dari penelitian ini diharapkan melalui proses perancangan identitas visual dan kemasan yang kuat dan menarik, Sorgumee berharap dapat menarik perhatian masyarakat Indonesia dan

meningkatkan kesadarannya akan pentingnya kesehatan, terutama bagi para ibu rumah tangga yang memiliki kegemaran memasak.

3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Angela Maria Nadya Sujanto, dkk (2021)^[11]. “Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Untuk Produk Kue Muffin Brand Crav’fin”. untuk upaya membentuk identitas produk Crav’fin. Berdasarkan analisis terhadap data target audiens dan spesifikasi produk, citra brand Crav’fin terbagi menjadi 3 (tiga) kata kunci besar, yaitu energetic, whimsical, dan natural. Ketiga kata kunci ini kemudian dikembangkan menjadi tiga gagasan alternatif yang berbeda.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Kusuma, S., Leoni, V., Rizal, T. A., Isfandriani, R., & Suwanto, K. M. (2022)^[12] dalam penelitiannya yang berjudul “Perancangan Desain Identitas Visual dan Kemasan Produk Minuman Kopi Fermentasi”. Artikel ilmiah ini dibuat bertujuan untuk membahas proses perancangan identitas visual beserta desain kemasan dari produk minuman kopi fermentasi. Metode yang digunakan terhadap produk dan wawancara kemudian dilanjutkan dengan menentukan kata kunci yang digunakan untuk membentuk identitas visual Bresco
5. Dalam jurnal yang dibuat oleh Tri Wahyu Qur’ana, Abdurahman Sidik dan Hayati Noor (2022)^[13] “Pelatihan Desain Kemasan bagi Pemula pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan”. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu para pelaku usaha mikro dan kecil menambah wawasan, pemberdayaan teknologi tepat guna, dan juga penggunaan media digital dalam membuat desain kemasan pada label kemasan, serta pendampingan untuk menghasilkan kualitas serta inovasi baru pada label kemasan. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu metode ceramah dengan teknik presentasi dilanjutkan dengan diskusi dan pelatihan membuat desain kemasan dengan memanfaatkan aplikasi android yang ada pada ponsel seluler masing-masing peserta serta pelatihan food fotografi.
6. Artikel Ilmiah yang dibuat ilverstan, A. A., Hananto, B. A., & Zuki, C. D. (2022),^[14] yang berjudul “Identifikasi Permasalahan Identitas Visual & Kemasan Produk “Keripik Sambal Special” Khas Sibolga” bertujuan Peningkatan usaha UMKM juga memberikan dampak bagi kota Sibolga dimana banyaknya UMKM yang menjual produk oleh-oleh keripik sambal dikarenakan cara pembuatan keripik sambal yang cukup mudah dan kerupuk sambal sudah menjadi ciri khas oleh-oleh khas kota Sibolga. Metodologi Robin Landa yang digunakan. Ada lima tahapan dalam perancangan desain yaitu orientation, analysis, concept, design, dan implementation
7. Penelitian yang dibuat oleh Melatitanica Arkarima dan Mochamad Junaidi Hidayat (2021)^[15] Berjudul “Pemanfaatan material cork untuk desain kemasan parfum” Bertujuan untuk mengembangkan produk kemasan parfum dengan material cork, karena kemasan parfum hanya berbentuk kotak dan silinder. Metode Analisa yang digunakan dalam artikel ilmiah ini adalah analisis eksperimen yaitu proses material, proses pewarnaan, proses pemolaan dan proses finishing.

Penelitian yang dilakukan peneliti saat ini memiliki perbedaan dengan yang disebutkan diatas. Penelitian ini menggunakan Metode penelitian pengumpulan data dan Konsep Desain. Konsep desain dalam perancangan kemasan produk ini adalah modern minimalis dan menggunakan software pendukung Adobe Photoshop sehingga tampilan kemasan produk lebih inovatif dan memiliki nilai jual.

2. METODE PENELITIAN

Dalam artikel ilmiah ini penulis menggunakan pengumpulan data dengan cara mewawancarai beberapa narasumber tentang desain yang diinginkan dan menggunakan perancangan media dalam proses desain yang dibuat penulis menggunakan *software* pendukung Adobe Photoshop.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Proses Desain*

Dalam membuat desain harus melewati beberapa tahapan untuk dapat membuat desain seperti yang diinginkan kemasan produk.

3.2. *Naskah (Body Copy)*

Dalam proses ini dilakukan menyampaikan informasi ataupun pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui kemasan yang dibuat.

3.3. *Gambar/Illustrasi*

Proses menampilkan gambaran sebuah kemasan luster yang akan dibuat dan aplikasikan kepada produk luster.

3.4. *Logo*

Logo adalah sebuah identitas yang digunakan oleh perusahaan sebagai sebuah identitas yang umum digunakan. Oleh karena itu seluruh rancangan media komunikasi visual akan menggunakan logo brand Luster sebagai sebuah identitas dari perusahaan tersebut.

3.5. *Layout*

Layout merupakan tata letak yang akan dijadikan pedoman dalam menyusun halaman desain agar tercipta susunan yang artistik.

3.6. *Warna*

Warna merupakan hal penting yang digunakan dalam perancangan desain. Warna yang diterapkan dalam proses desain yang dibuat menggunakan:

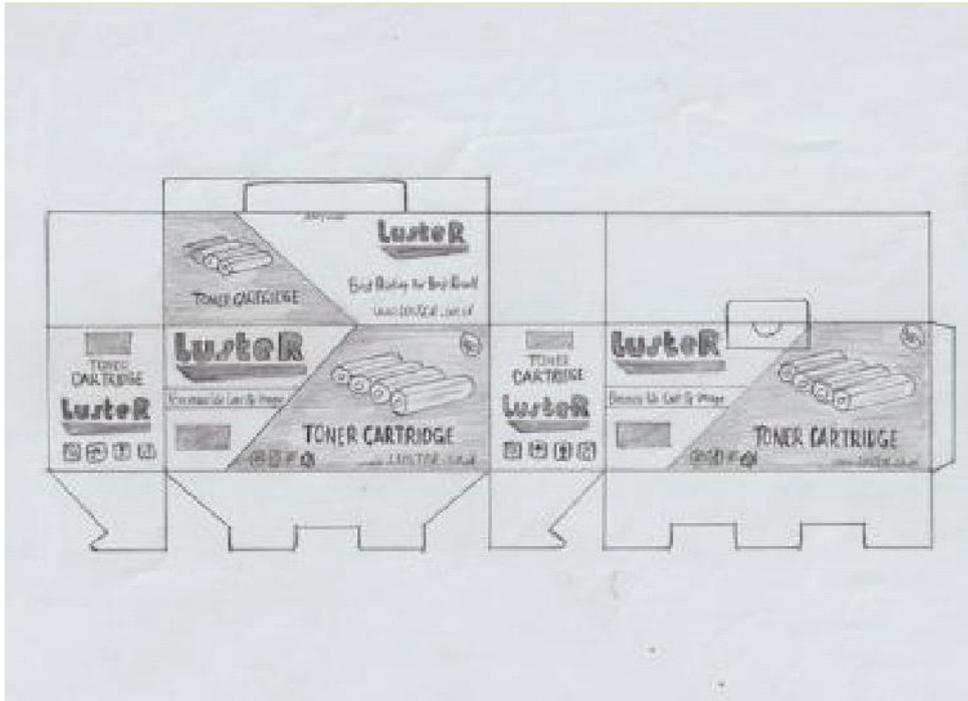
- a. Biru melambangkan kebenaran, ketenangan, kesejukan, maskulin dan kesetiaan
- b. Merah melambangkan semangat dan keberanian
- c. Kuning melambangkan keceriaan dan perhatian.
- d. Hitam melambangkan kekuatan dan ketegasan
- e. Putih melambangkan, kemurnian dan ketenteraman.

3.7. *Jenis Huruf (font)*

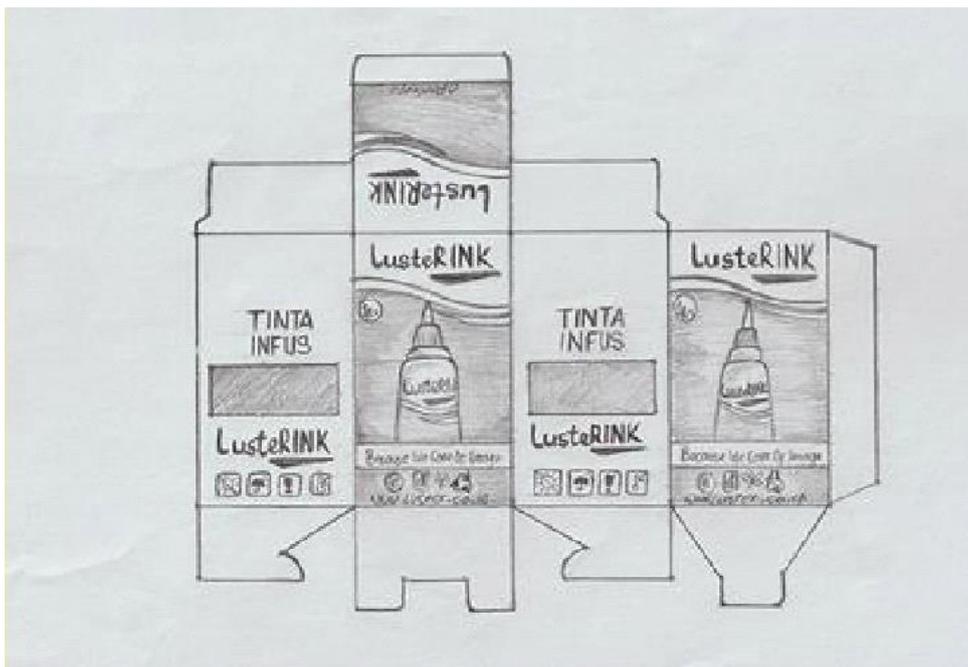
Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan desain kemasan produk ini yaitu Century Gothic, Protipo Icons, Futo Sans Heavy, Cocktail Shaker dan Breakout Regular.

3.8. *Layout Kasar*

Proses perancangan mendesain kemasan dalam bentuk sketsa untuk acuan dalam proses desain komprehensif yang nantinya akan dibuat.



Gambar 1. Layout Kasar Kemasan Toner Cartridge

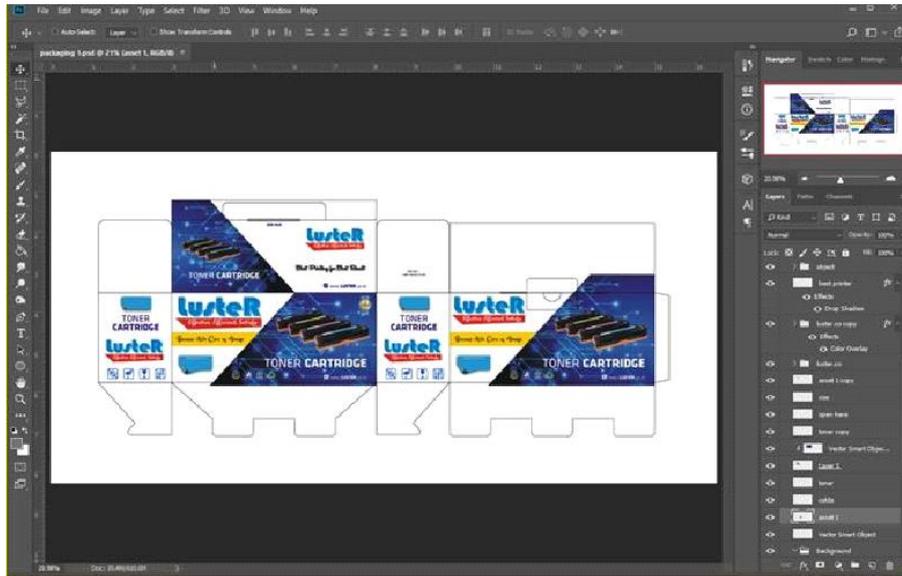


Gambar 2. Layout Kasar Kemasan Tinta Infus

3.9. Layout Komprehensif

Tahap selanjutnya proses desain yang mengikuti bentuk yang telah diilustrasikan dalam layout kasar, dalam proses ini biasa pada perancangan desain kemasan produk sebagai berikut :

3.10. Kemasan Toner Cartridge



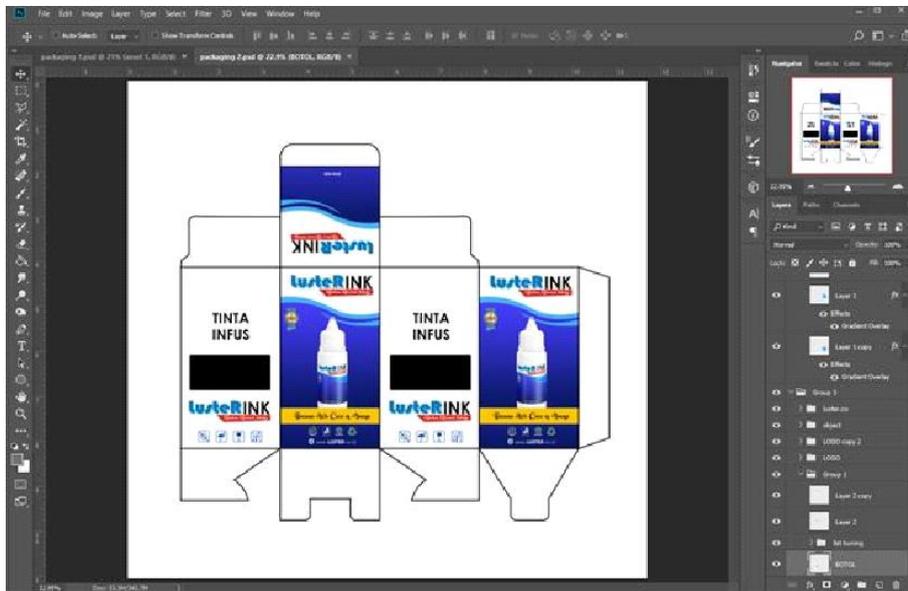
Gambar 3. Layout Komprehensif Kemasan Toner Cartridge

Spesifikasi:

Ukuran Media: P. 35,0 cm x L. 12,5 cm x T. 15,5 cm

Bahan: Kardus

3.11. Kemasan Tinta Infus



Gambar 4. Layout Komprehensif Kemasan Tinta Infus

Spesifikasi:

Ukuran Media: P. 5,5 cm x L. 5,5 cm x T. 9,5 cm

Bahan: Art Carton 360 gsm

3.12. Final Artwork

Tahapan akhir dalam proses pembuatan desain layout pada produk. Proses ini telah melewati proses komprehensif maupun finishing hingga hasilnya bisa langsung dicetak dan diaplikasikan dalam produk.

3.13. Kemasan Toner Cartridge

Gambar: Logo Luster, Gambar Produk, icon 1 pcs, icon saran penyimpanan, icon ramahlingkungan dan elemen-elemen desain.

Font: Protipo Icons, Futo Sans Heavy, Cocktail Shaker dan Breakout Regular

Warna: Biru, Kuning, Merah, Hijau, Putih dan Hitam

Bahan: Kardus



Gambar 5. Layout Kemasan Toner Cartridge

3.14. Kemasan Tinta Infus

Gambar: Logo Luster, Gambar Produk, icon 1 pcs, icon saran penyimpanan, icon ramahlingkungan dan elemen-elemen desain.

Font: Century Gothic, Protipo Icons, Futo Sans Heavy, Cocktail Shaker dan Breakout Regular

Warna: Biru, Kuning, Merah, Putih dan Hitam.

Bahan: Art Carton 360 gsm



Gambar 6. Layout Kemasan Tinta Infus

3.15. Hasil Kemasan Yang Telah Diaplikasikan

Kemasan yang telah dicetak dan diaplikasikan pada produk kemasan *Toner Cartridge* dan *Tinta Infus*. Menggunakan desain dan *layout* kasar hingga dicetak dan dipotong menyesuaikan bentuk dari produk.



Gambar 7. Gambar kemasan Toner Cartridge dan Tinta Infus yang telah diaplikasikan.

4. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dari penulis dalam penelitian tentang kemasan produk ini:

1. Dalam perancangan desain kemasan produk yang dibutuhkan untuk meningkatkan pemasaran produknya adalah dengan memperhatikan informasi mengenai produk. Dimana kemasan tidak hanya menggunakan plastik, namun menggunakan kemasan produk berbahan kardus yang menjamin keamanan serta kualitas produk.
2. Dapat memberikan petunjuk penggunaan produk dan komposisi yang mudah dimengerti oleh pembeli. Dengan merancang desain dengan menggunakan bahan kardus lebih baik dibandingkan hanya dengan *Plastic Wrap*, menjadikan produk terlihat lebih eksklusif, serta dengan penggunaan warna biru menjadikan kemasan terlihat dominan dari produk lain sehingga mudah ditangkap mata.
3. Adanya perancangan desain kemasan ini juga akan meningkatkan pelayanan dan kepuasan yang diberikan kepada konsumen oleh PT. Rahali Mandiri, sehingga dapat meningkatkan juga penjualan produk. Kemasan produk yang baru ini dapat melindungi produk yang dipasarkan diterima sampai ke tangan konsumen.

5. SARAN

Dalam penelitian ini berikut saran dari penulis kepada PT Rahali Mandiri:

1. Disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan penggunaan desain kemasan ini agar bermanfaat terhadap konsumen, dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan secara berkala melakukan inovasi agar performancinya memiliki nilai jual sehingga konsumen tertarik kepada produk- produk yang dipasarkan PT. Rahali Mandiri.

2. Disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan performance penggunaan desain kemasan produk baik yang ditampilkan di etalase maupun di media sosial agar lebih diketahui oleh konsumen secara luas.
3. Disarankan kepada perusahaan untuk dapat mengembangkan lagi desain kemasan produk dengan konsep yang lebih bervariasi, inovatif dan kreatif untuk menarik minat para konsumen terhadap penjualan produk-produk PT. Rahali Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arkarima, M., & Hidayat, M. J. (2021). "Pemanfaatan material cork untuk desain kemasan parfum. Productum". *Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 4(1), 25-32.
- [2] Sastradiredja, R., & Haswanto, N. (2022). "Kajian Elemen Visual Desain Kemasan Jamu Industri Rumah Tangg". *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 2, 373-379.
- [3] Suwandi, C., Lienardo, A., Winata, A. C., & Hananto, B. A. (2022). "Perancangan Alternatif Identitas Visual dan Desain Kemasan untuk Produk Permen Jeli Brand Herby". *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 2, 534- 539.
- [4] Hariyanto, D., Azzuhairi, A. Z., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). "Pengembangan Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Sujo". *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- [5] Hastati, D. Y., Nuraeni, A., & Kuntari, W. (2022). "Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah". *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- [6] Muslimin, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). "Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. To Maega". *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91-98.
- [7] Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo Di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1014- 1022.
- [8] Basalamah, R. (2022). "Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja online di Shopee.co.id". *Jurnal Ekonomika*, 6(1), 25-39.
- [9] Therisnajaya, K. M., Karnadi, G., Suliang, J., & Hananto, B. A. (2021). "Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Produk Makanan (Studi Kasus: Breotic)". *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 646 -652.
- [10] Yosephin, Y., Priscilia, J., Melati, R., Isfandriani, R., & Suwanto, K. M. (2022). *Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Produk Mi Analog Sorgum (Studi Kasus: Sorgumee)*. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 2, 831-838.

- [11] Sujanto, A. M. N., Hananto, B. A., Agatha, F., & Calvin, L. (2021, April). Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan untuk Produk Kue Muffin Brand Crav'fin. In SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 4, pp. 281-287).
- [12] Kusuma, S., Leoni, V., Rizal, T. A., Isfandriani, R., & Suwanto, K. M. (2022). Perancangan Desain Identitas Visual dan Kemasan Produk Minuman Kopi Fermentasi. Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV), 2, 789-795.
- [13] Qur'ana, T. W., Sidik, A., Noor, H., & Dharmawati, A. (2022). Pelatihan Desain Kemasan bagi Pemula pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 191-198.
- [14] Silverstan, A. A., Hananto, B. A., & Zuki, C. D. (2022). Identifikasi Permasalahan Identitas Visual & Kemasan" Keripik Sambal Special" Khas Sibolga. Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV), 2, 97-105.
- [15] Arkarima, M., & Hidayat, M. J. (2021). Pemanfaatan material cork untuk desain kemasan parfum. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 4(1), 25-32.