

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN *SNACK MIE* GORENG MEREK SPIX  
SEBAGAI PRODUK EKSPOR PT. SIANTAR TOP, TBK**

**Muhammad Nizar Subhi**

Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : [angniz@yahoo.com](mailto:angniz@yahoo.com)

**Drs. Eko AB Oemar, M.Pd**

S1Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : [ekoaboemar@yahoo.co.id](mailto:ekoaboemar@yahoo.co.id)

**Abstrak**

PT. Siantar Top, Tbk merupakan perusahaan yang berdiri pada sektor industri makanan dan minuman. Beragam jenis produk telah dihasilkan mulai dari produk krupuk, *mie*, *snack*, biskuit, wafer, permen maupun air mineral. PT. Siantar Top Tbk mengambil langkah maju dengan memperluas daerah distribusi dan pemasarannya terhadap produk-produk yang dianggap cukup bagus yaitu dengan melakukan kegiatan ekspor ke beberapa negara. Salah satu dari produk-produk tersebut adalah *snack Spix Mie Goreng* yang diekspor ke China. *Spix Mie Goreng* merupakan salah satu produk *snack mie* yang diproduksi PT. Siantar Top Tbk dengan varian rasa sambal balado. Pada desain kemasan *snack Spix Mie Goreng* saat ini dinilai masih kurang kompetitif apabila dijadikan sebagai produk ekspor ke China. Sehingga diperlukan sebuah pengembangan pada desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dikaji dalam penelitian ini pengembangan desain kemasan primer dan sekunder dari *snack Mie Goreng* merek Spix sebagai produk ekspor PT. Siantar Top Tbk.

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu *Research & Development (R&D)* melalui beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan model yang digunakan dalam analisis data kualitatif pada penelitian ini adalah Teknik analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan USP (*Unique Selling Proportion*).

Penelitian pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix dengan konsep gaya Jepang dengan menggunakan sebuah maskot. Material yang digunakan oleh peneliti adalah plastik berbentuk *pillow pack* dan *polybag*. Proses desain yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat sketsa hitam putih maskot, dan juga memfoto produk. Setelah itu digitalisasi dengan menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

**Kata Kunci : Desain, desain kemasan**

**Abstact**

PT. Siantar Top, Tbk is a company that stands on food and drink industry sector. Many kinds of products that had been started from products of cracker, noodles, biscuit, wafer, candy even though mineral water. PT. Siantar Top Tbk. took a step forward by expanding the area of distribution and marketing of products that are considered good enough by exporting to some of countries. One of the products is *Spix Mie Goreng* that will be exported to China. *Spix Mie Goreng* is one of the noodles snack product that's produced by PT. Siantar Top Tbk with balado spicy flavor. In this package design of *Spix Mie Goreng* currently assessed less competitive when made as a product export to China. So it is needed a development to the package design of *Spix Mie Goreng*.

According to the background that's described above, so the problem that can be assessed in this research are: The concept packaging design of *Spix Mie Goreng* be as an export product PT. Siantar Top Tbk? The development of the primer and second packaging design of *Spix Mie Goreng* be as an export product PT. Siantar Top Tbk? The research approach that's used is *Research & Development (R&D)* through some techniques of the collection of data are interview, documentation. Whereas the model that's used in the analysis qualitative data in the research is the SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) analysis technique and USP (*Unique Selling Proportion*).

**Keyword : Design, packaging design**

## PENDAHULUAN

PT. Siantar Top, Tbk merupakan sebuah perusahaan yang berdiri pada sektor industri makanan dan minuman. Berawal dari sebuah *home industry* yang berdiri pada tahun 1972 yang merupakan cikal bakal dari PT. Siantar Top, Tbk. Kemudian pada tahun 1987 berdirilah PT. Siantar, Top Industri dan kemudian berubah lagi menjadi PT. Siantar Top, Tbk pada tahun 1996 sampai sekarang.

Beragam jenis produk telah dihasilkan oleh PT. Siantar Top, Tbk mulai dari produk krupuk, *mie*, *snack*, biskuit, *wafer*, maupun permen. Produk-produk baik makanan dan minuman diproduksi dengan proses modern dan juga sesuai dengan SOP (*Standard Operational Procedure*). Sehingga terjamin kebersihan dan memenuhi standar nasional dan internasional. PT. Siantar Top, Tbk juga mempunyai beberapa tempat produksi yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia meliputi Sidoarjo, Bekasi, Medan, dan Makasar. Pemerataan distribusi produk-produk PT. Siantar Top, Tbk baru mencapai 38 Cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Melihat penjualan produk-produk yang ada di wilayah lokal yang menunjukkan tingkat penjualan yang cukup baik, sehingga PT. Siantar Top, Tbk mengambil langkah maju dengan memperluas daerah distribusi dan pemasarannya terhadap produk-produk yang dianggap cukup bagus yaitu dengan melakukan kegiatan ekspor ke beberapa negara. Salah satu dari produk-produk tersebut adalah *snack* Mie Goreng merek Spix yang akan di ekspor ke China. China merupakan salah satu tujuan ekspor dari dua puluh satu negara yang sudah menjadi mitra bisnis dari PT. Siantar Top Tbk.

*Snack Mie* Goreng merek Spix merupakan salah satu produk *snack mie* yang diproduksi PT. Siantar Top Tbk dengan varian rasa sambal balado. *Snack Mie* Goreng merek Spix ini telah diproduksi dan didistribusikan ke seluruh wilayah di Indonesia dengan *target audions* masyarakat kalangan menengah ke bawah.

Pada desain kemasan *snack* Spix *Mie* Goreng saat ini dinilai masih kurang kompetitif apabila dijadikan sebagai produk ekspor ke China. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Kristina selaku marketing devisi ekspor dari PT. Siantar Top Tbk.

Gambar 1. Desain Kemasan Primer *Snack Mie* Goreng merek



Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan sementara bahwa desain *Snack Mie* Goreng merek Spix PT. Siantar Top, Tbk yang ada sekarang dinilai kurang kompetitif jika di ekspor ke China karena mayoritas produk-produk terutama jenis *snack* yang dipasarkan di sana mengacu pada gaya desain kemasan Jepang. Sehingga menurut penulis desain kemasan *snack* *Mie* Goreng merek Spix PT. Siantar, Top Tbk perlu dilakukan redesain pada visualisasi dari kemasan dan bentuk kemasan *Snack Mie* Goreng merek Spix PT. Siantar Top, Tbk yang akan dijadikan sebagai produk ekspor ke China.

## METODE

### Pendekatan Penelitian

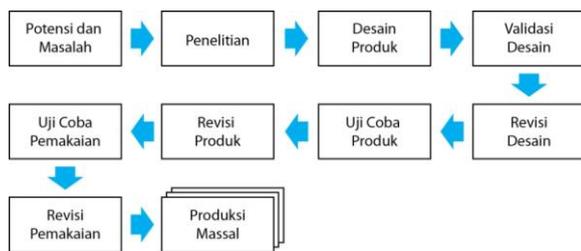
Penelitian dan pengembangan adalah suatu proses yang digunakan untuk mengembangkan dan memvalidasi produk. Langkah-langkah dari proses ini biasa disebut dengan siklus R&D, terdiri dari mempelajari temuan penelitian yang berkaitan dengan produk yang akan dikembangkan, mengembangkan produk berdasarkan temuan ini, bidang pengujian dalam pengaturan dimana ia akan digunakan pada akhirnya, dan merevisinya untuk memperbaiki kekurangan yang ditemukan dalam tahap pengujian pengujiannya, Borg dan Gall (1983: 782).

Menurut Sugiono (2008: 407) Penelitian *Research & Development* yaitu metode penelitian yang digunakan menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut. Untuk dapat menghasilkan prodek tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi di masyarakat luas.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengembangkan desain kemasan *snack Mie* Goreng merek Spix yang sudah ada menjadi sebuah desain kemasan baru agar dapat bersaing dengan desain kompetitor di pasar moderen China.

Penelitian yang berjudul “Pengembangan Desain Kemasan *Snack Mie Goreng* Merek Spix PT. Siantar Top, Tbk sebagai Produk Ekspor” ini menggunakan pendekatan penelitian *Research & Development (R&D)*. Menurut Sugiyono (2008: 409) langkah-langkah penggunaan Metode *Research & Development (R&D)* adalah sebagai berikut :

Bagan 1. Langkah-langkah R&D



- 1) **Potensi dan Masalah**  
Penelitian R&D dimulai dengan adanya potensi dan masalah. Potensi dan masalah dalam penelitian ini yaitu produk *snack Mie Goreng* merek Spix PT. Siantar Top, Tbk yang pada awalnya hanya dipasarkan di wilayah dalam negeri sekarang berkembang ke wilayah internasional yaitu dengan cara melakukan ekspor ke China. Sehingga agar bisa bersaing di pasar China maka diperlukan sebuah pengembangan desain pada produk *snack Mie Goreng* merek Spix dari PT. Siantar Top, Tbk.
- 2) **Penelitian.**  
Pada tahap ini peneliti mengambil data berupa desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix yang di pasarkan di wilayah lokal, serta melakukan wawancara dengan ibu Kristina selaku marketing divisi ekspor PT. Siantar Top, Tbk.
- 3) **Desain produk.**  
Dalam pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix PT. Siantar Top, Tbk berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, serta data yang terkait dengan pengembangan desain kemasan.
- 4) **Validasi desain.**  
Pada tahap ini, peneliti meminta penilaian terhadap desain yang dikembangkan kepada beberapa validator ahli, meliputi marketing, desainer, dan dosen.
- 5) **Revisi Desain.**  
Revisi desain dilakukan setelah menerima kritik dan saran dari beberapa validator ahli

- 6) **Uji Coba Produk**  
Pada tahap ini peneliti melakukan uji coba produk dengan cara membuat prototype/ dummy dari desain yang dikembangkan yang terbuat dari Artpaper 260 gram dengan laminasi glossy. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui pengaplikasian desain sebelum masuk proses cetak silinder.
- 7) **Revisi Produk**  
Revisi Produk dilakukan apabila ada kekurangan berdasarkan hasil uji coba dari pembuatan prototype.
- 8) **Uji Coba Pemakaian**  
Uji coba pemakaian dilakukan dengan kemasan dan produk yang sesungguhnya sebagai sampel sebelum produk diproduksi secara massal.
- 9) **Revisi Pemakaian Produk**  
Apabila ada kekurangan dalam penggunaan dalam kondisi sesungguhnya, maka produk akan diperbaiki.
- 10) **Produk Jadi.**  
Tahap akhir yaitu hasil dari pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix yang baru PT. Siantar Top, Tbk diproduksi secara massal diekspor ke China.

#### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) **Observasi**  
Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Hal tersebut dilakukan peneliti untuk menggali data dan informasi tentang desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix PT. Siantar Top, Tbk. Data yang dikumpulkan adalah 1 sampel produk *snack Mie Goreng* merek Spix, bentuk dan material kemasannya *snack Mie Goreng* merek Spix baru (kemasan primer dan kemasan sekunder) yang akan digunakan dalam kegiatan ekspor, 3 sampel produk kompetitor yang didapat dari marketing untuk referensi dan perbandingan dalam pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix.
- 2) **Teknik Wawancara atau Interview Guide**  
Pada pengembangan desain *snack Mie Goreng* merek Spix, wawancara dilakukan bersama Ibu Kristina yang menjabat sebagai marketing divisi ekspor PT. Siantar Top, Tbk untuk mengetahui konsep dan perencanaan pemasaran produk *snack Mie Goreng* merek Spix, dan juga beberapa hal yang berkaitan dengan produk *snack Mie Goreng* merek Spix. Wawancara dilakukan pada tanggal 10 April 2014 di Kantor PT. Siantar Top yang berada

di Ruko Golden Palace Blok B10-15 Jl. HR Muhammad No. 373-383 Surabaya.

3) Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti sebagai data utama dan data pelengkap atau dokumen yang diperoleh PT. Siantar Top, Tbk sehingga dapat diperoleh manfaat sebagai referensi dan juga sebagai dasar dalam pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix. Adapun data yang diperoleh meliputi foto, annual report, serta hasil analisis perbandingan desain kemasan *snack Mie Goreng* dengan kompetitornya.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Menurut Jonathan dan Harry (2007: 110) analisis kualitatif merupakan analisis yang didasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuannya adalah agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Hubungan semantis sangat penting karena dalam analisis kualitatif peneliti tidak menggunakan angka-angka seperti pada analisis kuantitatif.

Model yang digunakan untuk analisis data kualitatif pada penelitian ini adalah teknik analisis taksonomi. Jonathan dan Harry (2007: 113) mendeskripsikan analisis taksonomi sebagai teknik analisis yang didasarkan pada fokus terhadap salah satu domain yang akan dijadikan obyek analisis selanjutnya atau studi penelitian yang sebenarnya dengan melakukan analisis model diagram pohon.

1) Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Menurut Ranguti (2012; 198) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) namun sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

Metode analisis SWOT digunakan dalam proses pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix ini untuk mengkaji gagasan yang akan dirumuskan dengan cara memilah sebanyak mungkin segi kekuatan (*strength*), peluang (*opportunity*), kelemahan (*weakness*) dan juga ancaman (*threat*) dari *snack Mie Goreng* merek Spix.

2) Analisis USP (*Unique, Selling, Proposition*)

Menurut Shimp (2003: 440) ciri utama USP adalah memperkenalkan perbedaan penting yang membuat suatu perusahaan atau jasa itu unik. Kemudian mengembangkan suatu klaim periklanan hingga para pesaing tidak memiliki pilihan.

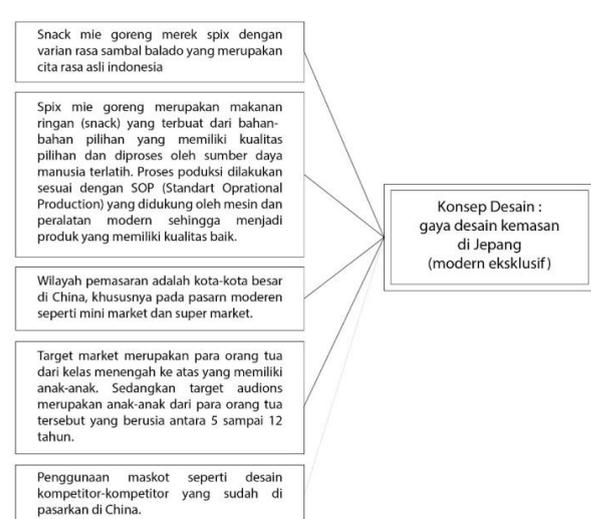
Dalam proses pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix, peneliti menonjolkan keunikan produk sebagai dengan varian rasa sambal balado yang merupakan cita rasa khas Indonesia.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Konsep Pengembangan Desain Kemasan**

Sebelum melakukan pengembangan dalam suatu desain kemasan diperlukan sebuah konsep dasar sebagai landasan dalam membuat sebuah karya desain. Proses penyusunan konsep berdasarkan dari data yang diperoleh. Kemudian dari masalah tersebut kemudian dianalisis dan dirumuskan menjadi analisis desain. Dalam pengembangan desain kemasan *snack Mie Goreng* merek Spix, peneliti merumuskan isi analisis desain sebagai berikut:

Bagan 2. Analisis Desain



Dalam pengembangan desain kemasan *snack Spix Mie Goreng*, tema yang diangkat yaitu desain kemasan di Jepang. Pemilihan tema tersebut berdasarkan desain kemasan kompetitor yang bergaya desain kemasan di Jepang dan karena produk kompetitor berasal dari Jepang. Gaya desain kemasan di Jepang memiliki karakteristik yang berbeda jika di dibandingkan dengan desain kemasan di beberapa negara. Pada desain kemasan di Jepang hampir selalu ada ilustrasi maskot sebagai daya tarik dalam membuat sebuah desain kemasan. Ilustrasi berupa maskot dengan karakter seperti ilustrasi suatu tokoh anime atau manga menjadikan sebuah identitas

atau citra dari desain kemasan di Jepang. Selain itu, karakteristik yang lain terdapat pada penggunaan tipografi yang digunakan adalah huruf-huruf Jepang seperti *Hiragana*, *Katakana*, maupun *Kanji* menjadikan pembeda pada desain kemasan yang ada di Jepang.

Gambar 2. Desain-Desain Kemasan di Jepang



1) Merek

Konsep penggunaan nama submerek “Mie Goreng” sebagai produk ekspor diubah ke dalam bahasa Inggris yang merupakan bahasa internasional. Sehingga penggunaan nama submerek menjadi “Noodles Snack”. Adapun konsep dalam pengaplikasian merek “Spix Noodles Snack” ke dalam desain kemasan dibuat 2 alternatif desain. Konsep pertama menggunakan merek “Spix” dengan logo yang sama pada desain kemasan lokal. Sedangkan pada desain alternatif kedua menggunakan merek “Spix” dengan logo yang berbeda dengan logo merek pada desain alternatif pertama.

Gambar 3. Logo Merek “Spix”



2) Warna

Konsep pemilihan warna yang digunakan dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix yang baru (Spix Noodles Snack) menggunakan warna merah. Pemilihan warna tersebut didasarkan pada varian rasa sambal balado sebagai cita rasa pada snack mie goreng merek

Spix. Rasa Sambal Balado identik dengan warna merah, sehingga warna merah digunakan dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix (Spix Noodles Snack).

Pada desain alternatif pertama warna yang digunakan adalah warna yang sama dengan desain kemasan yang lama yaitu merah (Cyan:0, Magenta:100, Yellow:100, dan Black:0) dan putih (Cyan:0, Magenta:0, Yellow:0, dan Black:0). Warna merah memvisualisasikan rasa sambal balado. Sedangkan warna putih dipilih karena putih merupakan warna netral yang kontras dengan warna merah. Selain itu putih dapat memberikan kesan clean dan elegan yang cocok digunakan pada kemasan dengan wilayah pemasaran modern market. Sedangkan pada desain alternatif kedua lebih warna merah dibuat lebih dominan dalam kemasannya. Selain itu juga sedikit menambahkan beberapa warna agar kesan yang ditimbulkan lebih meriah bila dibandingkan dengan desain yang pertama.

3) Ilustrasi

Foto Produk

Salah satu faktor terpenting dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix adalah foto produk. Foto produk digunakan sebagai penggambaran atau visualisasi yang menunjukkan isi dalam produk tersebut. Selain itu tujuan penggunaan foto produk sebagai sebuah ilustrasi pada desain kemasan yaitu agar konsumen lebih teryakinkan sebelum membeli produk tersebut.

Maskot

Dalam perancangan desain kemasan suatu produk, fungsi maskot tidak harus selalu ada dalam desain kemasan (optional). Namun dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix yang baru (Spix Noodles Snack), tema yang digunakan adalah gaya desain kemasan di Jepang sehingga diperlukan sebuah maskot sebagai daya tarik untuk menarik perhatian para konsumen.

Ilustrasi maskot yang digunakan yaitu karakter anak-anak yang merupakan target audiens dalam pengembangan desain kemasan snack Mie Goreng merek Spix. Penggunaan karakter anak-anak juga bertujuan untuk menarik perhatian konsumen orang dewasa yang mempunyai anak-anak (target market). Dari latar belakang tersebut kemudian peneliti memilih karakter film boboho yang merupakan artis anak-anak yang populer di China sebagai ide dasar dalam pembuatan maskot.

Gambar 4. Pemeran Film Boboho



Di samping itu China merupakan negara wilayah pemasaran produk ekspor *snack* Mie Goreng merek Spix PT. Siantar Top Tbk. Sehingga peneliti menggunakan *Samfoo* yang merupakan pakain tradisional China untuk mewakili konsumen negara China.

Gambar 5. Baju Tradisional China



Selain itu referensi maskot yang digunakan peneliti dalam pengembangan desain kemasan *snack* Mie Goreng merek Spix yaitu maskot *Tao Kae Noi*. Hal tersebut sesuai dengan konsep maskot yang digunakan dalam pengembangan desain kemasan *snack* Mie Goreng merek Spix

Gambar 6. Maskot Tao Kae Noi



4) Bentuk Kemasan

Bentuk atau Struktur Kemasan yang digunakan pada pengembangan desain kemasan *snack* mie goreng yang baru (*Spix Noodle Snack*) sesuai yang diterima dari tim devisi *Research and Development (R&D)* dari PT. Siantar Top Tbk meliputi kemasan kemasan primer dan kemasan sekunder yaitu sebagai berikut :

Bentuk Kemasan Primer

Bentuk kemasan primer pada pengembangan desain kemasan *snack* mie goreng merek Spix yang baru (*Spix Noodles Snack*) berbentuk *pillow pouches* dengan ukuran bentang 160x165 mm per kemasan. Struktur kemasan yang baru dibuat lebih kecil agar lebih efisien dalam cara makan dan disesuaikan dengan kemasan sekunder. Selain itu dapat meminimalisir harga produksi produk.

Gambar 7. Bentuk Kemasan Primer (*Pillow Pouches*)



Bentuk Kemasan Sekunder

Bentuk kemasan sekunder pada pengembangan desain kemasan *Snack* mie goreng merek Spix berbentuk *polybag*. Ukuran bentang kemasan 660x380 mm dengan bagian depan dan belakang 250x380 mm dan bagian samping 80x380 mm. Setiap kemasan *polybag* berisi 10 pcs kemasan primer.

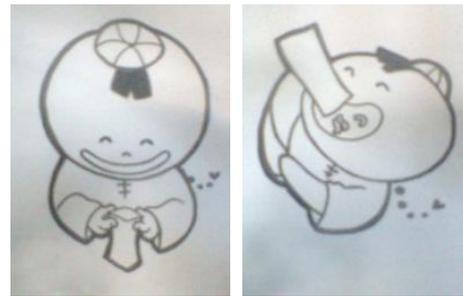
Gambar 8. Bentuk Kemasan Sekunder (*Polybag*)



5) Material yang digunakan

Material yang digunakan pada pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix yang baru (Spix Noodles Snack) yaitu menggunakan material plastik. Pemilihan material plastik dalam desain kemasan snack mie goreng merek Spix juga didasarkan pada struktur kemasan yang dipakai. Selain itu plastik merupakan material yang umum digunakan pada kemasan *snack*. Jenis plastik yang digunakan pada kemasan primer adalah OPP 20 + PET METZ 12 + CPP 30. Sedangkan untuk kemasan sekunder jenis plastik yang digunakan yaitu OPP 30 + CPP40.

Gambar 10 Sketsa Cara Makan



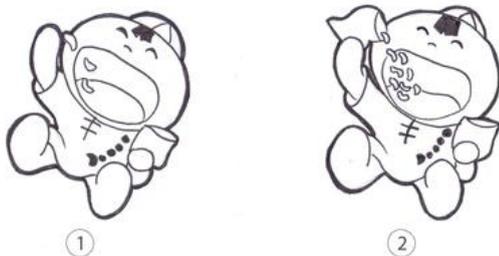
1

**Proses Desain**

1) Sketsa Maskot

Pada tahap ini peneliti membuat beberapa sketsa maskot yang akan digunakan pada pengembangan desain kemasan *snack* Mie Goreng merek Spix yang baru sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Beberapa sketsa maskot untuk pengembangan desain kemasan *snack* Mie Goreng merek Spix yang baru adalah sebagai berikut :

Gambar 9. Sketsa Maskot



①

②



2

Setelah melakukan meeting bersama dengan tim desain dan marketing divisi ekspor, maka sketsa maskot yang dipilih adalah alternatif nomer 1.

3) Sketsa Awal Gaya Desain

Proses awal dalam perancangan suatu desain adalah membuat sketsa hitam putih. Sketsa gaya desain pada pengembangan *snack* Mie Goreng merek Spix dibuat dengan 2 alternatif sketsa untuk setiap alternatif desain. Berikut merupakan sketsa gaya desain dalam pengembangan desain kemasan snack Mie Goreng merek Spix

Gambar 11. Sketsa Gaya Desain

Setelah melakukan rapat bersama dengan tim desain dan marketing divisi ekspor, maka sketsa maskot yang dipilih adalah alternatif nomer 2. Dari maskot yang dipilih, tahap selanjutnya adalah membuat sketsa cara makan.

2) Sketsa Cara Makan

Pada tahap ini peneliti membuat 2 alternatif sketsa tentang cara makan yang akan digunakan pada pengembangan desain kemasan *snack* Mie Goreng merek Spix yang baru adalah sebagai berikut :



### Hasil Pengembangan Desain

Hasil akhir dari pengembangan desain kemasan snack Mie Goreng merek Spix yang baru adalah sebagai berikut:

Gambar 12. Hasil Pengembangan Desain Kemasan Snack Mie Goreng merek Spix



#### 1) Desain Kemasan Primer

Gambar 13. Desain Kemasan Primer Depan (kiri) dan Tampak Belakang (kanan)



#### 2) Desain Kemasan Sekunder

Gambar 14. Desain Kemasan Sekunder Tampak Depan (kiri) dan Tampak Belakang (kanan)



### PENUTUP

#### Simpulan

Konsep desain yang digunakan dalam pengembangan desain snack Mie Goreng merek Spix adalah gaya desain kemasan yang ada di Jepang, yaitu gaya desain yang cenderung menggunakan warna-warna yang sholid. Selain itu pada setiap kemasannya selalu menggunakan sebuah maskot untuk menarik perhatian para konsumen. Maskot yang digunakan dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix yang baru (Spix Noodles Snack) dibuat dengan karakter anak lucu memakai baju tradisional China yang sedang makan snack noodles. Material kemasan yang digunakan oleh peneliti adalah plastik berbentuk bandrol untuk kemasan primer dan bentuk polybag untuk kemasan sekunder.

Proses desain yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat sketsa hitam putih maskot, dan gaya desain serta mengambil foto produk untuk dijadikan sebagai ilustrasi produk pada desain kemasan yang akan dibuat. Setelah itu digitalisasi dan *editing* foto produk dilakukan dengan menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

Hasil akhir dari penelitian pengembangan yang dilakukan oleh peneliti terhadap desain kemasan baru snack Mie Goreng merek Spix PT. Siantar Top, Tbk sudah disetujui dan akan dijadikan sebagai salah satu produk ekspor PT. Siantar Top, Tbk ke negara China.

Konsep desain yang digunakan dalam pengembangan desain snack Mie Goreng merek Spix adalah gaya desain kemasan yang ada di Jepang, yaitu gaya desain yang cenderung menggunakan warna-warna yang sholid. Selain itu pada setiap kemasannya selalu menggunakan sebuah maskot untuk menarik perhatian para konsumen. Maskot yang digunakan dalam pengembangan desain kemasan snack mie goreng merek Spix yang baru (Spix Noodles Snack) dibuat dengan karakter anak lucu memakai baju tradisional China yang sedang makan snack noodles. Material kemasan yang digunakan oleh peneliti adalah plastik berbentuk bandrol untuk kemasan primer dan bentuk polybag untuk kemasan sekunder.

Proses desain yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat sketsa hitam putih maskot, dan gaya desain serta mengambil foto produk untuk dijadikan sebagai ilustrasi produk pada desain kemasan yang akan dibuat. Setelah itu digitalisasi dan *editing* foto produk dilakukan dengan menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

Hasil akhir dari penelitian pengembangan yang dilakukan oleh peneliti terhadap desain kemasan baru snack Mie Goreng merek Spix PT. Siantar Top, Tbk

sudah disetujui dan akan dijadikan sebagai salah satu produk ekspor PT. Siantar Top, Tbk ke negara China.

### **Saran**

Dewasa ini, fungsi kemasan tidak hanya digunakan sebagai wadah atau pelindung terhadap produk saja, tetapi juga dapat digunakan sebagai salah satu strategi dalam memperluas daerah pemasaran. Sebelum memperluas daerah pemasaran hendaknya dilakukan analisis terhadap desain kemasan yang akan dipasarkan. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui daya saing desain kemasan tersebut jika dibandingkan dengan desain kompetitor. Dalam pengembangan desain kemasan sebaiknya melalui tahapan dalam proses desain yang benar. Karena desain kemasan yang baik tidak cukup hanya mempunyai visual desain yang bagus saja, tetapi juga harus disesuaikan dengan hasil analisis terhadap produk yang akan dipasarkan.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, Nusa. 2011. *Research & Development Penelitian dan Pengembangan: Suatu Pengantar*. PT. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Rangkuty, Freddy. 2012. *SWOOT Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia.
- Shimps, Terence. A. 2005. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

