

Perancangan Desain Kemasan Cupcake "Cupid Cakes" di Surabaya

Laurensia Hendrata¹, Elisabeth Christine Yuwono², Bambang Mardiono³

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya

^{2,3}Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email: laurenhendrata@gmail.com

Abstrak

Surabaya merupakan ibukota sekaligus kota bisnis terbesar di provinsi Jawa Timur. Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak bisnis baru yang bermunculan di kota ini, terutama bisnis rumahan yang mudah untuk didirikan sehingga banyak peminatnya. Cupid Cakes merupakan bisnis rumahan yang berdiri pada tahun 2013 dan menjual satu jenis produk saja yaitu cupcake. Perancangan Desain Kemasan ini dibuat untuk mengatasi masalah pada kemasan yang lama sehingga pelanggan semakin mencintai Cupid Cakes dan dapat bersaing dengan kompetitor yang menjual produk sejenis.

Kata kunci: Perancangan, Desain, Kemasan, Cupcake, Surabaya.

Abstract

Title: *Packaging Design for Cupcake "Cupid Cakes" in Surabaya*

Surabaya is the capital and the largest business city in East Java. As time goes by, there are plenty of new business growing up in this city, especially the home-industry business which is easy to be created. Cupid Cakes is a home-industry business that begins in 2013, selling one type of product only, cupcakes. This new packaging design was created to solve the old packaging's problem so that customers will love Cupid Cakes more and this company can compete with other competitors who sell similar products.

Keywords: *Packaging, Design, Cupcake, Surabaya.*

Pendahuluan

Kota Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur. Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dengan populasi penduduk sekitar 3 juta orang. Sebagai ibukota provinsi, Surabaya telah mengklaim dirinya sebagai kota jasa dan perdagangan. Lebih dari itu Kota Surabaya adalah kota bisnis dengan berbagai aktivitas yang berlangsung. Ibarat sebuah toko, Surabaya adalah Toko Serba Ada. Di dalamnya berlangsung segala aktivitas, serta tersedia segala fasilitas yang mendukung.

Seiring berkembangnya zaman, pasar bisnis juga semakin berkembang di kota besar ini. Kini pelaku bisnis tidak harus memiliki modal yang besar untuk menjalankan sebuah usaha, sekarang model bisnis rumahan sedang populer dan cukup diminati banyak orang, karena tidak membutuhkan modal materi yang banyak namun bisa menghasilkan

keuntungan juga. Salah satunya adalah bisnis makanan. Kebutuhan makanan merupakan kebutuhan dasar untuk setiap manusia. Itu adalah salah satu alasan bahwa usaha makanan selalu menjanjikan. Tetapi harus diimbangi dengan rasa, kreasi, dan inovasi. Hanya bermodal makanan yang dijual, kamera, dan internet, seseorang bisa memasarkan produk makanan yang dijualnya, tanpa harus keluar rumah.

Hal inilah yang kemudian melahirkan bisnis rumahan *cupcake "Cupid Cakes"* di Surabaya. *Cupid Cakes* merupakan sebuah industri rumah tangga di Kota Surabaya, Jawa Timur. Bisnis ini bergerak di bidang kuliner, dengan produk yang ditawarkan hanya satu jenis saja yaitu *cupcake*. *Cupid Cakes* dimulai pada tahun 2013 oleh Jessica Hartono.

Bisnis rumahan ini berawal dari hobi yang dimiliki oleh sang pemilik, yaitu membuat kue. Banyak orang yang memuji kenikmatan kue buatan Jessica, maka munculah ide untuk mengembangkan

hobi tersebut menjadi bisnis. Jessica mulai memasarkan produk *cupcake*-nya di internet. Dengan bantuan dari teman-teman dan keluarganya, bisnis ini berkembang pesat dalam hitungan bulan dan dikenal oleh banyak orang di Surabaya. Banyak orang tertarik untuk membeli *cupcake* karena bentuknya yang lucu dan cantik, dan tentu saja dari rasanya yang enak.

Awalnya kemasan yang digunakan oleh *Cupid Cakes* adalah sebuah kotak putih berbahan karton. Setelah itu diganti dengan kotak transparan terbuat dari mika dan digunakan hingga kini. Kemasan ini bisa ditemukan di toko bahan-bahan kue di manapun, dan kebanyakan penjual *cupcake* lain juga menggunakan kemasan ini karena mudah didapat.

Kini *Cupid Cakes* telah menggunakan jasa kurir makanan di Surabaya. Kurir menggunakan sepeda motor dengan menggunakan *box* besar di bagian belakang motor, dan makanan diletakkan di dalamnya. Karena iklim Surabaya yang terbilang panas, terkadang krim pada *cupcake* sedikit leleh pada saat di jalan, dan bentuknya menjadi tidak cantik lagi saat sampai pada pelanggan. Hal ini disebabkan oleh penggunaan kotak berbahan mika sebagai kemasan, sehingga sinar matahari bisa langsung menembus tiap sisinya yang transparan. Terkadang pelanggan juga mengeluh pada kotak mika yang digunakan sebagai kemasan, karena kesulitan saat membuka bagian tutup kotak mikanya, sehingga merusak krim pada *cupcake*.

Kotak mika memiliki kelebihan pada karakteristiknya yang transparan, sehingga dapat langsung melihat produk di dalamnya. Dengan bentuk *cupcake* yang sangat cantik dan bervariasi, memang cocok bila menggunakan kemasan yang transparan seperti mika. Namun kembali lagi ternyata kemasan mika yang menunjang tampilan produk, belum tentu mengandung nilai ergonomis, padahal fungsi kemasan yang utama seharusnya bisa melindungi isi produk di dalamnya.

Desain kemasan suatu produk sebaiknya terus dibenahi seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan kemasan yang terus menerus dipakai sejak jaman dulu akan tampak semakin ketinggalan jaman. Akibatnya, daya jual produk dapat menurun. Gejala ini disebabkan karena adanya perubahan kondisi sosial serta gaya hidup konsumen, perkembangan teknologi kemasan, maupun mulai bermunculannya pesaing produk yang lebih kreatif dan inovatif.

Maka harus ada keseimbangan yang baik antara fungsi utama kemasan yaitu untuk melindungi isi, dan sisi lain yaitu nilai estetis. Kemasan yang didesain dengan bagus dan baik, mampu menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen serta arti promosional bagi produsen. Karena sebuah produk dengan kemasan yang menarik dapat menimbulkan keinginan untuk membeli secara spontan.



Gambar 1. Produk Cupid Cakes



Gambar 2. Kemasan Cupid Cakes

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah kemasan *cupcake* yang dapat melindungi *cupcake* di dalamnya tanpa menghilangkan nilai estesisnya?

Batasan Lingkup Perancangan

Agar permasalahan perancangan ini tidak terlalu meluas dan lebih fokus, maka diperlukan pembatasan ruang lingkup perancangan yang meliputi :

- Objek yang diteliti adalah produk *cupcake* dari bisnis *cupcake* “*Cupid Cakes*”.
- Pokok masalah yang diteliti, dibatasi pada perancangan kemasan baru yang memiliki tujuan untuk melindungi *cupcake* di dalamnya tanpa menghilangkan nilai estesisnya. Selain itu, masalah seperti bentuk dan rasa *cupcake* tidak akan diubah.

Segmentasi target *audience* :

a. Geografis

Kota : Surabaya
Provinsi : Jawa Timur

b. Demografis

Umur : 15 - 25 tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pendidikan : > SMP
Pekerjaan : Pelajar - mahasiswa - pekerja
Kelas ekonomi : Menengah - menengah atas

c. Psikografis

Gaya hidup : Pecinta makanan, suka berbelanja, suka mencoba produk baru
Kepribadian : Mengikuti *lifestyle* terbaru

d. Behaviour

Sikap terhadap produk : Positif
Manfaat yang dicari : Kualitas produk

Tujuan Perancangan

Merancang sebuah kemasan *cupcake* yang dapat melindungi *cupcake* di dalamnya tanpa menghilangkan nilai estesisnya.

Metode Perancangan

Data yang Dibutuhkan

Data Primer

Data primer yang dibutuhkan dalam perancangan desain kemasan *cupcake* "*Cupid Cakes*" dapat diperoleh dari :

- Wawancara

Wawancara secara personal sangat dibutuhkan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan langsung kepada pemilik *Cupid Cakes*.

- Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meneliti langsung ke Kota Surabaya yang merupakan dapur pembuatan *cupcake* "*Cupid Cakes*". Dalam proses ini didapatkan data-data penting mengenai lokasi, produk yang dipasarkan, detail kemasan yang sedang dipakai saat ini, harga jual, dan *target market*.

Data Sekunder

Data sekunder berupa teori-teori pendukung dapat dikumpulkan melalui berbagai cara yaitu :

a) Studi Pustaka

Teori tentang kemasan yang meliputi pengertian kemasan, sejarah kemasan, fungsi dan peran kemasan, elemen-elemen visual kemasan, serta perancangan kemasan ditinjau dari aspek desain komunikasi visual.

b) Internet

Data-data yang terjamin kebenarannya dapat memberikan informasi tambahan mengenai teori kemasan. Juga dari internet diharapkan dapat memantau perkembangan penjualan dan pemasaran *cupcake* "*Cupid Cakes*" yang sedang terjadi.

Metode Pengumpulan Data

Analisa SWOT.

SWOT singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*. *Strengths* dan *Weaknesses* adalah faktor internal. Sedangkan *Opportunities* dan *Threats* adalah faktor eksternal. Faktor internal dan eksternal akan dibandingkan supaya memunculkan bahan pertimbangan untuk menentukan tujuan dan strategi pemasaran, serta tujuan dan strategi komunikasi. Dengan menggunakan analisa SWOT, dapat diketahui apa yang menjadi kekuatan produk sehingga dapat dioptimalkan, apa kelemahan produk sehingga dapat diperbaiki, kesempatan yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang dapat diantisipasi.

Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam proses pengumpulan data adalah :

a) Daftar wawancara : sebagai pedoman saat melakukan wawancara supaya semua data yang ingin dikumpulkan dapat didapatkan dengan lengkap.

b) Kuisioner : pertanyaan singkat akan diberikan kepada responden yang merupakan konsumen bisnis rumahan *Cupid Cakes*. Dari jawaban yang didapatkan akan diperoleh informasi mengenai motivasi konsumen dalam melakukan pembelian, hal-hal yang disukai dari *cupcake* "*Cupid Cakes*", dan hal-hal yang dirasa perlu untuk diubah di masa mendatang. Dari data kuisioner tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran desain kemasan yang cocok untuk produk *Cupid Cakes*.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisa data yang sudah didapatkan adalah dengan pendekatan kualitatif, dimana seluruh data akan dianalisa terlebih dahulu sehingga dapat menghasilkan kesimpulan bagaimana desain kemasan yang sebaiknya dibuat. Metode analisis digunakan sebagai cara untuk memahami subjek dan objek perancangan dengan lebih mendalam.

Metode lain yang digunakan adalah analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang terjadi.

Laporan Analisis Data

Berikut tabel analisa SWOT *Cupid Cakes* dalam memperoleh data diferensiasi, *USP*, dan *positioning* :

Tabel 1. SWOT *Cupid Cakes*

	Cupid Cakes
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cupcake</i> yang dijual merupakan hasil produksinya sendiri. • Selalu menggunakan bahan baku alami serta bebas dari bahan pengawet. • Melayani pembelian secara <i>online</i>. • Harga yang ditawarkan cukup terjangkau. • Memiliki banyak pelanggan setia. • Pelanggan bisa berkreasi dengan memesan berbagai bentuk <i>decorating</i>. • Ramah dalam melayani pelanggan.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki toko fisik. • Kemasan yang dipakai saat ini masih sederhana dan kurang menarik perhatian konsumen. • Kemasan yang digunakan kurang bisa melindungi isi dan tidak praktis. • Karena transaksi dilakukan secara <i>online</i>, pelanggan harus memesan <i>cupcake</i> beberapa hari sebelumnya, tidak bisa spontan.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat Indonesia sudah mulai terbiasa dengan sistem belanja <i>online</i>. • Sistem belanja makanan <i>online</i> sedang populer di Indonesia.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya kompetitor yang memproduksi produk sejenis. • Kemasan yang dipakai oleh kompetitor lebih menarik perhatian.

Dari tabel analisa SWOT, maka diperoleh data mengenai *Cupid Cakes* sebagai berikut :

a. Diferensiasi

Yang membedakan *Cupid Cakes* dari produk lain sejenisnya adalah banyaknya pilihan varisan rasa yang tidak ditemui pada bisnis *cupcake* lain, selain itu pelanggan bisa *me-request* hiasan / *decorating* seperti apa yang diinginkan pada *cupcake*-nya. *Cupid Cakes* juga tidak menggunakan bahan pengawet, pewarna yang digunakan pun adalah pewarna makanan, sehingga aman dikonsumsi.

b. *USP (Unique Selling Proposition)*

Decorating pada *cupcake Cupid Cakes* memiliki banyak jenis dan sangat rapi sehingga menarik perhatian pelanggan yang baru dan tidak membosankan bagi pelanggan yang lama. *Decorating* yang dibuat oleh *Cupid Cakes* memiliki ciri khas tersendiri dan tidak sama dengan yang dimiliki oleh kompetitor lain.

c. *Positioning*

Cupid Cakes menempatkan dirinya sebagai bisnis rumahan *cupcake* yang bermutu di Surabaya, yang selalu ingin membuat pelanggan mencintai produknya, sesuai dengan mereknya.

Analisis Tujuan Brand Positioning

Sejak awal berdirinya *Cupid Cakes*, perusahaan ini hampir selalu bisa memuaskan hati pelanggannya. Kualitas produk selalu diutamakan sehingga ia tidak menggunakan bahan pengawet, bahan pewarna yang digunakan pun aman untuk dikonsumsi karena merupakan pewarna makanan. Persepsi yang ingin ditampilkan *Cupid Cakes* adalah bahwa pelanggan akan selalu dipuaskan dengan *cupcake* cantik dengan dekorasi yang sesuai dengan keinginan pembeli, dan jatuh cinta pada kenikmatan seluruh varian rasa *cupcake*-nya. Meskipun *Cupid Cakes* merupakan bisnis rumahan, tapi perusahaan ini ingin menunjukkan kualitas & mutu yang mereka miliki sehingga tidak kalah dari bisnis sejenis.

Analisis Kategori Produk

Produk yang diangkat pada perancangan ini adalah *cupcake* sehingga dapat dimasukkan dalam klasifikasi barang. Sebab produk ini memiliki bentuk fisik yang dapat dilihat, dipegang, dibawa, dan disimpan. Berdasarkan daya tahannya, produk ini dapat diklasifikasikan sebagai barang yang tidak tahan lama. Hal ini disebabkan karena *Cupid Cakes* tidak menggunakan bahan-bahan yang berfungsi untuk mengawetkan *cupcake*-nya dalam jangka waktu yang lama, dan *cupcake* bisa habis dalam satu kali konsumsi.

Analisis Fitur Kemasan (*VIEW*)

Pada perancangan ini, kemasan akan dianalisa dengan menggunakan model *VIEW (visibility, information, emotional appeal, workability)*. *Visibility* adalah kemampuan kemasan untuk menarik perhatian pada saat proses pembelian. *Visibilitas* dapat ditentukan berdasarkan bentuk grafis, warna, ukuran, dan bentuk. Nilai visibilitas akan semakin baik jika kemasan dibuat semenarik mungkin. *Information* adalah hal yang berhubungan dengan instruksi pemanfaatan produk, keuntungan, dan informasi tambahan yang tepat sehingga tidak mengganggu pesan utama. Informasi yang

disampaikan dengan lengkap dan baik dapat meningkatkan keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian dan mendorong pembelian berulang. *Emotional appeal* atau daya tarik emosional adalah kemampuan kemasan untuk menstimuli konsumen dalam melakukan tindakan pembelian melalui penggunaan material, bentuk, warna, dan syarat kandungan emosional yang lain. *Workability* atau kemampuan bekerja adalah fungsi kemasan diluar fungsi berkomunikasi, seperti perlindungan produk didalam kemasan, fasilitas kemasan untuk mempermudah penyimpanan, dll.

Tabel 2. Analisa VIEW Kemasan Cupid Cakes

	Kemasan Cupid Cakes
<i>Visibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> Material dan Ukuran Material yang digunakan berupa kotak berbahan mika transparan yang cukup tebal dengan dasar yang terbuat dari karton. Ukuran yang digunakan disesuaikan dengan isi produk. Warna Warna kotak yang digunakan adalah bening / transparan, sehingga isi produk dapat terlihat. Tipografi Tipografi yang digunakan pada logo produk termasuk dalam kategori <i>decorative</i>. Logo Logo yang digunakan berfungsi sebagai identitas merek saja, tidak memiliki arti khusus.
<i>Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> Informasi yang terdapat pada kemasan adalah dari dan kepada siapa <i>cupcake</i> tersebut. Informasi dituliskan di sebuah kartu dan diletakkan di atas kemasan.
<i>Emotional appeal</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pemakaian kemasan dari kotak berbahan mika dapat menunjukkan kesan menarik karena isi produk dapat langsung terlihat.
<i>Workability</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kemasan kotak mika kurang bisa melindungi isi <i>cupcake</i> di dalamnya, karena krim akan leleh saat di kirim jika cuaca panas. Kemasan kotak mika mudah didapatkan di toko kue manapun.

Konsep Perancangan

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan desain kemasan ini adalah merancang sebuah kemasan yang dapat melindungi isi produk di dalamnya. Selain itu untuk membuat sebuah kemasan *cupcake* yang memiliki identitas sehingga terdapat perbedaan dengan produk kompetitor sejenis yang banyak dijumpai di pasaran, identitas yang terlihat pada kemasan secara langsung. Untuk mewujudkan tujuan ini juga harus diimbangi dengan desain kemasan yang menarik sehingga kemasan memiliki nilai estetis.

Brand Positioning

Tujuan *brand positioning* pada produk *cupcake Cupid Cakes* ialah menempatkan *Cupid Cakes* sebagai merek *homemade cupcake* yang *bonafide* dan *loveable*. *Bonafide* yang dimaksud adalah meskipun *homemade* namun *Cupid Cakes* menjamin kualitas setiap produk *cupcake*-nya dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan terpilih. Ada keseragaman pada bahan-bahan yang digunakan sehingga cita rasa dari *cupcake Cupid Cakes* bisa konsisten. Kualitas yang dijaga juga diterapkan dalam hal kemasan, karena kemasan merupakan objek pertama yang dilihat oleh pelanggan saat sudah membeli *cupcake*. Karena itu perancangan kemasan yang baru ini lebih mempertimbangkan semua aspek sehingga terdapat citra *bonafide*. Pelanggan bisa berkreasi dengan memesan berbagai bentuk *decorating* yang mereka inginkan pada *cupcake*-nya. *Cupcake* yang merupakan hasil *request* pelanggan diharapkan dapat memuaskan hati mereka, dan terlebih lagi bisa menarik perhatian mereka pada pandangan pertama dan langsung menyukainya. Konsep *loveable* ditanamkan di sini.

Brand Identity

Pada perancangan desain kemasan ini identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan *cupcake Cupid Cakes* adalah *bonafide* dan *loveable*. *Cupid Cakes* diposisikan sebagai *brand* yang dicintai dan menjadi pilihan utama pelanggan dalam membeli *cupcake* karena menjaga mutunya. Terlihat melalui nama merek *Cupid Cakes* yang berarti “Dewi Cinta”, yang diharapkan bisa membuat pelanggan jatuh cinta pada produknya.

Brand Image

Citra merek dibuat sehingga konsumen memiliki penilaian yang positif terhadap suatu produk yang tertanam di benaknya. *Brand image* yang ingin ditampilkan oleh *Cupid Cakes* adalah *bonafide* dan *lovely*. *Lovely* akan ditampilkan dengan ilustrasi yang *cute* dan *girly*, yaitu dengan ilustrasi *doodle* dan kartun, kemudian menggunakan warna-warna pastel dan cerah sehingga citra *lovely* bisa muncul dalam

benak konsumen dalam sekejap saat melihat kemasan *Cupid Cakes*, kemudian dipadukan dengan citra *bonafide* yang akan ditampilkan melalui bentuk dan pemilihan bahan pada kemasan sehingga pelanggan bisa merasakan kualitas yang ditampilkan, yang dijaga oleh *Cupid Cakes*.

Strategi Kreatif

Pola Dasar Bentuk Kemasan

Kemasan yang akan dipakai untuk perancangan ini berbentuk persegi panjang. Ukuran kemasan akan dibuat menyesuaikan dengan isi produk di dalamnya. Untuk *tray* di bagian dalam kemasan berbentuk persegi dan persegi panjang. Bentuk persegi akan digunakan untuk kemasan yang berisi 4 *cupcake* dan 9 *cupcake*, sedangkan bentuk persegi panjang akan digunakan untuk kemasan yang berisi 6 *cupcake*. Kemasan yang berisi 12 *cupcake* akan digantikan dengan kemasan yang berisi 6 *cupcake* yang ditumpuk, jadi akan dibuat kemasan untuk menggabungkan dua buah kemasan yang berisi 6 *cupcake* tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya produksi.

Fungsi Utama Kemasan

Fungsi utama kemasan ini adalah untuk melindungi isi *cupcake* di dalamnya, juga mempertimbangkan faktor estetika pada kemasan. Dengan memadukan dua faktor penting dalam pembuatan kemasan ini maka akan tercipta sebuah kemasan yang ergonomis dan memiliki daya tarik secara visual.

Bahan/Material Dasar Kemasan

Bahan atau material dasar kemasan yang akan digunakan adalah kertas ivory dan kardus. Penggunaan kertas ivory ini adalah karena kertas ini termasuk jenis kertas *food grade*, yaitu kertas yang tidak mengandung bahan-bahan kimia dan logam yang berbahaya bagi kesehatan, dan hal ini dibuktikan melalui pengujian laboratorium di lembaga yang terpercaya. Makanan yang bersentuhan langsung dengan kertas ini aman untuk dikonsumsi. Selain itu kertas ivory juga cukup kokoh, dan memiliki kesan eksklusif karena permukaannya yang halus. Sedangkan penggunaan kardus adalah untuk kemasan berisi 4 dan 9 *cupcake* karena memerlukan bahan yang kuat untuk mendukung sistem kemasan. Kardus yang digunakan juga akan dilapisi dengan kertas ivory.

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah perpaduan antara *doodle* dan kartun sebagai visualisasi dari citra yang ingin ditampilkan yaitu *cute* dan *lovely*. Selain itu mengimbangi gaya ilustrasi pada logo yang sudah dimiliki oleh *Cupid Cakes*, karena

konsep yang diinginkan sesuai dengan logo yang telah ada.

Sistem Buka Tutup

Sistem buka tutup pada kemasan dibuat mudah dibuka dan ditutup supaya memudahkan para konsumen untuk mengonsumsi *cupcake*, karena mengingat pada kemasan yang lama agak sulit untuk membuka tutup dari kemasan sehingga merusak *cupcake*. Sistem buka tutup yang akan dipakai adalah dibuka ke kanan dan ke kiri pada bagian tutupnya untuk kemasan berisi 4 *cupcake* dan 9 *cupcake*, dan terdapat tali karet sebagai pengamanannya. Setelah penutup dibuka, akan ada instruksi untuk membuka bagian berikutnya. Ada dua sisi yaitu sisi kanan dan kiri pada bagian atas kemasan yang diperintahkan untuk ditarik ke atas seperti membuka lemari pada saat yang bersamaan, kemudian kedua sisi tersebut terus ditarik ke samping hingga menyentuh lingkaran putih yang terdapat bagian dasar badan kemasan pada sisi kanan dan kiri. Saat menyentuh bagian ini, sisi tersebut akan melekat dengan sendirinya karena terdapat magnet. Sementara sisi tersebut ditarik ke atas, *cupcake* di dalam kemasan akan naik ke atas dan terkunci pada posisinya oleh magnet di samping, sehingga akan mudah untuk mengambil dan memakan *cupcake* tanpa harus mengotori tangan. Sistem ini juga berlaku untuk kemasan edisi spesial.

Sedangkan untuk kemasan berisi 6 *cupcake* dibuat berbentuk balok yang terbelah di sisi tengahnya dan direkatkan menggunakan stiker. Kemasan bisa dibuka ke bagian kanan dan kiri. Setelah penutup dibuka akan ada kotak dasar dan di bagian dalam ada kotak penyangga *cupcake* dengan lubang-lubang di bagian permukaannya untuk tempat meletakkan *cupcake*. Sistem ini dibuat agar konsumen bisa leluasa dalam mengambil *cupcake* setelah membuka kemasan, tanpa harus merusak *cupcake*.

Kemasan untuk 12 *cupcake* juga dapat dibuka ke sisi kanan dan kiri, kemasan diikat dengan pita sebagai pengaman.

Merek/Logo/Brand Name

Merek yang dipakai pada perancangan ini adalah *Cupid Cakes*. Pada logo huruf 'id' pada *Cupid* memiliki warna lain yang lebih samar, sehingga merek bisa juga dibaca sebagai 'Cup Cakes'. Merek ini dipilih karena *Cupid* juga berarti dewi cinta sehingga diharapkan para konsumen akan terus mencintai *cupcake Cupid Cakes*.

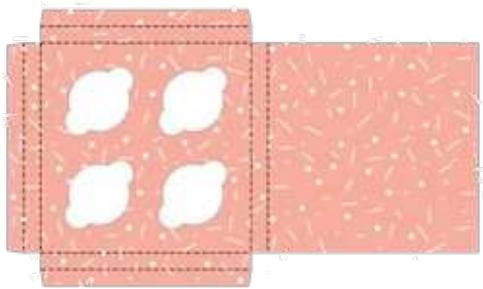
Warna

Penggunaan warna pada perancangan ini disesuaikan dengan logo yang telah dimiliki oleh *Cupid Cakes* yaitu *peach pink*, *soft teal*, *pastel yellow*, *grey*. Warna-warna pastel ini dipilih supaya sesuai dengan citra *loveable* yang ingin ditampilkan melalui kemasan. Kemudian untuk kemasan *special edition* yaitu kemasan natal akan digunakan warna coklat, hijau, *tosca*, *pink peach*, dan merah, kemudian warna

akan dikembangkan sehingga kemasan akan menjadi efisien dan dapat memenuhi fungsi ergonomisnya. Sistem buka tutup juga akan dipermudah sehingga pelanggan bisa leluasa dalam membuka kemasan tanpa melukai dekorasi yang terdapat pada *cupcake*. Kemasan edisi spesial yaitu kemasan natal dan valentine, akan memiliki bentuk yang sama seperti kemasan yang berisi 4 *cupcake*, namun memiliki ilustrasi yang berbeda.

Proses desain untuk menghasilkan desain yang tepat dilengkapi dengan *mind map*. Semua data yang telah terkumpul ditulis dan dikategorikan kemudian dicabangkan satu persatu dan menghasilkan lebih banyak lagi elemen, sehingga banyak ide yang muncul secara terstruktur.

Komprehensif Desain



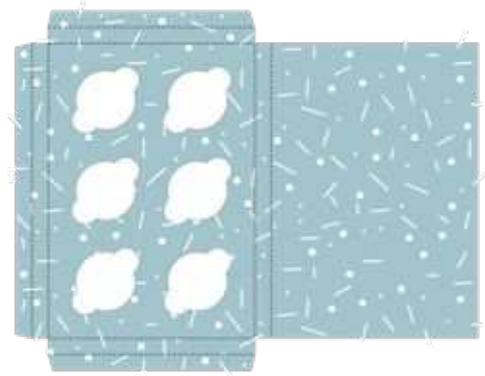
Gambar 6. Jaring-jaring *tray* kemasan isi 4 *cupcake*



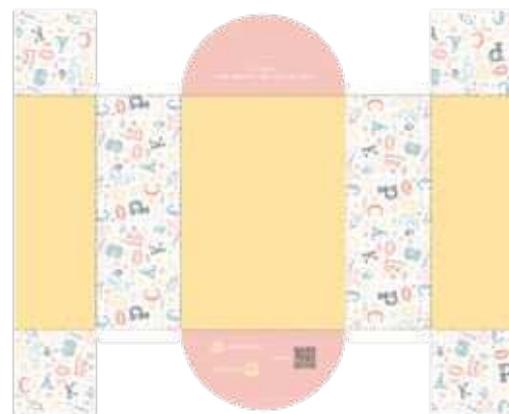
Gambar 7. Jaring-jaring kemasan isi 4 *cupcake*



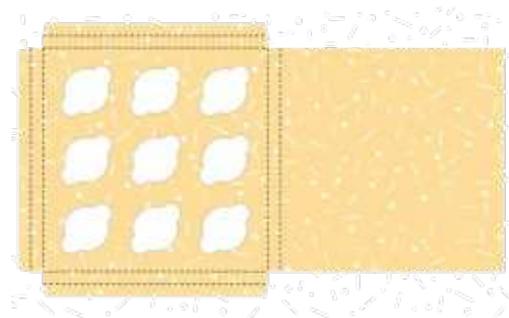
Gambar 8. Jaring-jaring tutup kemasan isi 4 *cupcake*



Gambar 9. Jaring-jaring *tray* kemasan isi 6 *cupcake*



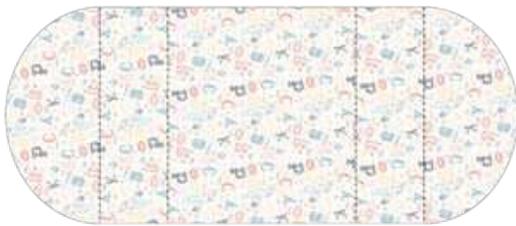
Gambar 10. Jaring-jaring kemasan isi 6 *cupcake*



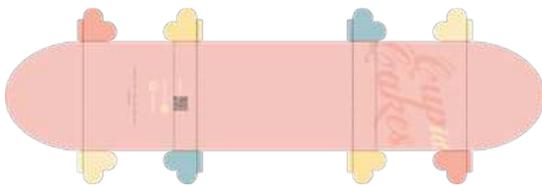
Gambar 11. Jaring-jaring *tray* kemasan isi 9 *cupcake*



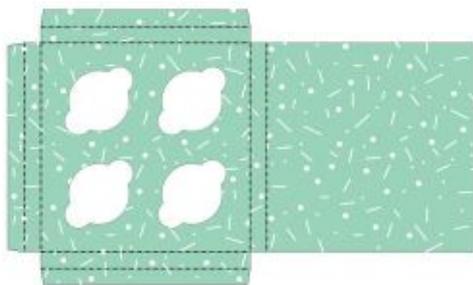
Gambar 12. Jaring-jaring kemasan isi 9 *cupcake*



Gambar 13. Jaring-jaring tutup kemasan isi 9 *cupcake*



Gambar 14. Jaring-jaring kemasan isi 12 *cupcake*



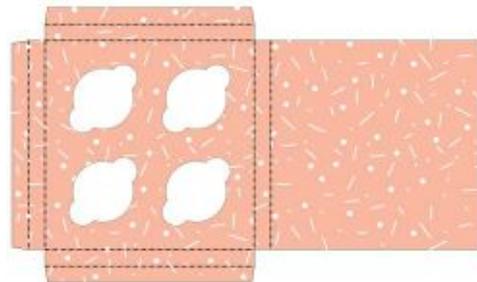
Gambar 15. Jaring-jaring *tray* kemasan edisi spesial natal



Gambar 16. Jaring-jaring kemasan edisi spesial natal



Gambar 17. Jaring-jaring tutup kemasan edisi spesial natal



Gambar 18. Jaring-jaring *tray* kemasan edisi spesial valentine



Gambar 19. Jaring-jaring kemasan edisi spesial valentine



Gambar 20. Jaring-jaring tutup kemasan edisi spesial valentine

Pra-produksi dan Mekanika Digital

Salah satu hal penting yang perlu dipertimbangkan dalam memproduksi kemasan adalah pemakaian warna pada kemasan. Hal ini berkaitan dengan jumlah warna yang digunakan, dengan biaya yang harus dikeluarkan. Hal selanjutnya adalah pencetakan kemasan dalam jumlah besar. Untuk mencetak kemasan dengan teknik *offset* ada jumlah minimal cetakan yang harus dipenuhi. Biasanya berkisar antara 2000 buah setiap kali cetak untuk bisa mendapatkan harga cetak yang murah. Sedangkan untuk kemasan yang dicetak menggunakan teknik sablon sebaiknya tidak menggunakan banyak warna. Latar belakang dengan warna blok juga sebaiknya dihindari karena warnanya bisa tidak rata.

Pada perancangan ini akan digunakan teknik *offset* untuk mencetak kemasan, mengingat warna yang digunakan cukup banyak dan menginginkan hasil yang bersih. Kertas yang digunakan berjenis ivory dan desain akan diprint di bagian yang doff, untuk keperluan warna yang tidak terlalu mencolok juga. Sementara bagian dalam kertas terasa licin dan tentunya bagian ini aman jika menyentuh makanan secara langsung.

Final Desain



Gambar 21. Kemasan isi 4 cupcake



Gambar 22. Kemasan isi 6 cupcake



Gambar 23. Kemasan isi 9 cupcake



Gambar 24. Kemasan isi 12 cupcake



Gambar 25. Kemasan edisi spesial natal



Gambar 26. Kemasan edisi spesial valentine



Gambar 27. Kartu ucapan

Hasil Pengujian Kemasan

Setelah kemasan selesai dibuat maka perlu dilakukan pengujian kemasan yang meliputi beberapa fungsi utama kemasan antara lain adalah tes kemasan yang dapat melindungi, praktis, ketepatan ukuran, dan dari segi pengangkutan. Semua fungsi ini disebut juga sebagai fungsi ergonomis yang seharusnya dimiliki oleh semua kemasan. Namun pada kenyataan prakteknya, tidak semua tes dapat dilakukan karena dianggap terlalu sulit dan membutuhkan waktu yang

lama untuk melakukan penilaian. Oleh karena itu pengujian kemasan hanya dititikberatkan pada poin permasalahan utama.

Dilihat dari permasalahan utama kemasan *Cupid Cakes*, perancangan ini sudah memenuhi fungsi yang dapat menjaga produk di dalamnya yaitu dekorasi krim pada *cupcake* tidak akan leleh karena menggunakan kemasan yang berbahan kertas yang telah diuji.

Kemudian sisi estetis pada kemasan yang lama digantikan dengan daya tarik visual yang ditampilkan pada perancangan kemasan yang baru. Bentuk, warna, ilustrasi, huruf, dan lain-lain diharapkan bisa mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

Pelengkap akan dibuat berupa kartu ucapan berbentuk surat cinta yang berisi data kepada siapa *cupcake* ini diperuntukkan, kemudian di bagian dalam terdapat keterangan varian rasa *cupcake* yang dipesan. Desain kartu ucapan mengikuti acara yang sedang berlangsung.

Karena *Cupid Cakes* tidak memiliki toko, maka tidak diciptakan sistem *handling* pada perancangan kemasan ini, karena *cupcake* yang dikirim hanya diberikan kepada penerima setelah pengiriman, dan pelanggan akan langsung membawanya masuk ke dalam rumah, sehingga tidak perlu model tas atau tali pembawa kemasan. Mengingat juga bahwa *cupcake* adalah produk yang lumayan berat sehingga kebanyakan orang akan memegang bagian dasar kemasan saat menerimanya, karena itu lagi-lagi tidak memerlukan sistem *handling* untuk kemasan *Cupid Cakes*.

Kesimpulan

Semakin berkembangnya kota Surabaya sehingga memunculkan banyak bisnis perumahan yang baru seperti *Cupid Cakes*. Bisnis yang dimulai dengan iseng ini ternyata mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat. Karena memiliki kualitas dalam hal rasa dan sisi kreatif, *Cupid Cakes* tidak mengalami masalah dalam hal perkembangan bisnisnya. Namun hal ini tidak diimbangi dengan kemasan yang digunakannya. Kemasan yang digunakan memiliki kelemahan untuk melindungi produk di dalamnya, meskipun memiliki nilai estetis, namun juga belum memiliki identitas pada kemasannya karena kemasan yang digunakan sama persis dengan kebanyakan kompetitor yang menjual produk sejenis. Bahkan kompetitor lain telah memiliki desain kemasan sendiri, yang membuat pelanggan bisa lebih percaya terhadap brand mereka.

Fungsi kemasan yang terus berkembang mengikuti perubahan jaman membuatnya tidak hanya dipandang sebagai wadah pembungkus produk, tapi lebih dari itu juga sebagai media promosi. Kemasan yang baik akan bisa mencuri perhatian konsumen dalam sekejap dan otomatis timbul keinginan untuk

membelinya. Semakin menarik bentuk kemasan, semakin tinggi pula nilai produk tersebut di mata para konsumen. Oleh sebab itu, kini produsen saling berlomba-lomba menampilkan sisi visual kemasan yang menarik bagi para konsumennya.

Dari banyak hal tersebut dibuatlah sebuah kemasan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh Cupid Cakes, yaitu kemasan yang bisa melindungi isi di dalamnya tanpa menghilangkan nilai estetisnya. Pembuatan kemasan ini juga memadukan nilai-nilai yang terkandung dalam Cupid Cakes itu sendiri dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat pada zaman sekarang. Maka akan tercipta sebuah kemasan yang efektif di berbagai sisi.

Ucapan Terima Kasih

Melalui jurnal ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat yang telah diberikan-Nya kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Bambang Mardiono, ST. M. Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Jessica Hartono, selaku pemilik Cupid Cakes, yang menjadi narasumber utama dalam pengumpulan data untuk pembuatan tugas akhir ini.
5. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
6. Sahabat dan teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Daftar Pustaka

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Jakarta : Balai Pustaka, 2001.

Klimchuk, Marianne Rosner and Sandra A. Krasovec. *Desain Kemasan : Perencanaan Merek*

Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Trans. Jakarta : Erlangga, 2007.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.

Wirya, Iwan. *Kemasan yang Menjual : Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1999.

Inspirasi Desain Kemasan: Harga dari Sebuah Desain Kemasan

<<http://studiokemasan.blogspot.com/2013/06/harga-dari-sebuah-desain-kemasan.html>>

Kota Surabaya – Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas

<http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surabaya>

Rujiyanto: Kemasan Adalah Menjual Apa Yang Dilindungi (1)

<<http://www.rujiyanto.com/2009/03/kemasan-adalah-menjual-apa-yang.html>>

WILLY'S DESIGN : DESAIN KEMASAN

<<http://mahabidesign.blogspot.com/2012/12/normal-0-false-false-false-in-x-none-x.html>>