

Perancangan Kemasan *Cupcake* *Serein Cake & Co*

Wilson Gustomo

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: wilsongustomo@yahoo.com

Abstrak

Serein Cake & Co cupcake adalah *home made cupcake* Surabaya yang didirikan pada tahun 2014 oleh Lidya Joyce. Kelebihan *Serein Cake & Co cupcake* adalah menjual *home made cupcake* yang *fresh*, lembut, dan moist. Selama ini *Serein Cake & Co cupcake* melakukan promosi secara *online*, yaitu melalui *Instagram* dan dari mulut ke mulut. Sayangnya *Serein Cake & Co* mendapatkan kendala bahwa produk *cupcake* ini kemasannya kurang menarik untuk konsumen dan tidak dapat melindungi *cupcake* yang di produksi pada saat proses pengiriman akibatnya banyak *cupcake* yang hancur bentuknya pada saat proses pengiriman serta media pendukungnya pun kurang. Perancangan kemasan *Serein Cake & Co cupcake* ini digunakan untuk meningkatkan brand awareness masyarakat akan produk serta menyampaikan pesan komunikatif mengenai keunikan dan kelebihan produk *Serein Cake & Co cupcake*.

Kata Kunci: Perancangan. Kemasan. *Cupcake*. *Serein Cake & Co*.

Abstract

Title: *Design Packaging Cupcake Serein Cake & Co*

Cake & Co cupcake is a homemade cupcake shop based in Surabaya, which was founded in 2014 by Lidya Joyce. The excellence of *Serein Cake & Co* is that it only sells homemade cupcakes using fresh ingredients that make the cupcakes' texture soft and moist. During this time, *Serein Cake & Co cupcake* promotes its products through *Instagram* that is social online media and word from mouth-to-mouth. Unfortunately, *Serein Cake & Co* has some constraints in its products' packaging. Consumers think that the packaging is less attractive to them and some cupcakes are destroyed during the delivery process. The packaging design of *Serein Cake & Co* is used to increase brand awareness and convey communicative message about the uniqueness and the excellence of *Serein Cake & Co* products.

Keywords: *Design. Packaging, Cupcake. Serein Cake & Co.*

Pendahuluan

Beberapa tahun belakangan ini usaha *cupcake* sedang naik daun. Popularitas *cupcake* berangkat dari Amerika Serikat dan kemudian berkat peranan berbagai media sosial dan TV popularitas *cupcake* kemudian merambah Asia, termasuk Indonesia.

Cupcake adalah tak lebih kue yang dikenal sebagai bolu yang berbahan dasar mentega, gula, telur, dan terigu, yang kemudian diberikan topping dengan berbagai variasi dan bentuk mulai dari berbahan *butter cream, whip cream, frosting, cooking chocolate, fondan, dan edible image*. (Soegijono, 2005).

Kemunculan *cupcake* beberapa tahun

belakangan, cukup diminati para konsumen di Indonesia. Rasanya yang enak dan variasi bentuknya yang menarik, mampu memberikan paduan sempurna bagi para konsumennya. Tidaklah heran bila sekarang ini kue kecil berbentuk cetakan mangkok (*cupcake*) ini tidak hanya dijadikan sebagai camilan ringan yang rasanya cukup lezat, namun juga mulai diminati para konsumen sebagai salah satu bingkisan unik untuk melengkapi momen istimewa yang mereka miliki.

Tingginya minat konsumen dan besarnya keuntungan yang dijanjikan, membuat sebagian besar masyarakat mulai memanfaatkan peluang tersebut untuk merintis sebuah usaha. Satu lagi usaha makanan yang mampu menghadapi situasi krisis adalah usaha *cupcake*. Perkembangan zaman serta daya kreativitas

manusia yang semakin bertambah, dapat menciptakan peluang usaha yang menguntungkan. *Cupcake* dalam definisi kasar yaitu *cake* yang dicetak dalam *cup*. Jadi jika seseorang telah mampu membuat *cake*, maka dapat dipastikan tidak akan mengalami kesulitan dalam membuat *cupcake*.

Hal yang membuat bisnis kue semakin diminati, selain banyaknya konsumen, usaha membuat *cupcake* juga bisa dijadikan usaha sampingan yang dapat dikerjakan di rumah, di luar kegiatan utama. Hal lain yang menyebabkan meningkatnya pasar *cupcake*, adalah faktor emosional. Pada kenyataannya konsumen memesan *cupcake* tidak hanya karena rasanya saja yang enak, namun juga perasaan emosional seperti berhubungan dengan hari ulang tahun, ulang tahun pernikahan, bahkan hal-hal kecil seperti kelahiran anak atau permintaan maaf pun mampu diungkapkan dengan *cupcake*. Hal tersebut di atas lambat laun bisa saja menggeser produk besar seperti kue tart yang mulai digantikan oleh produk kecil seperti *cupcake* yang terkesan lebih special dan personal.

Salah satu produsen *cupcake* di Surabaya adalah Lydia Joyce. Beliau selaku pemilik usaha *cupcake Serein Cake & Co* telah memulai usahanya sejak satu tahun yang lalu hingga saat ini, dengan beberapa pegawai. Ibu Joyce sendiri hanya memasarkan produknya melalui Instagram dan sosial media lainnya. Produk *cupcake* ini sudah memiliki cap dagang atau *merk* serta sudah memiliki kemasan. *Cupcake Serein Cake and Co* ini merupakan bisnis rumahan yang belum memiliki toko permanen, tetapi sering mengikuti berbagai *bazaar* dan pameran makanan di Surabaya seperti *Sunday Market* yang diadakan di Surabaya *Town Square*. Target *audience cupcake Serein Cake & Co* ini adalah masyarakat Surabaya baik pria maupun wanita yang gemar mengonsumsi *cupcake*, kalangan masyarakat menengah ke atas dengan umur berkisar antara 13 tahun sampai 28 tahun. Tetapi sebagian besar pembeli *cupcake* ini adalah perempuan. Aneka rasa *cup cake* yang disediakan adalah *red velvet*, *thai tea*, *triple chocolate*, *nutella mud*, *peanut butter*, *tiramisu*, *classic vanilla*, *lemon lovers* dan lainnya. Minimal pembelian *cupcake* adalah 12 *cupcake* ukuran kecil atau 6 *cupcake* ukuran besar.

Serein Cake & Co memiliki kompetitor yang memiliki target *audience* yang sama. Desain kemasan para kompetitor *Serein Cake & Co* dianggap lebih menarik oleh pemilik karena warna yang digunakan dan bentuknya tidak umum.

Joyce mendapatkan kendala bahwa produk *cupcake* ini kemasannya kurang menarik untuk konsumen dan tidak dapat melindungi *cupcake* yang di produksi pada saat proses pengiriman akibatnya banyak *cupcake* yang hancur bentuknya pada saat proses pengiriman oleh karena itu Joyce merasa perlu untuk membuat desain kemasan untuk menarik minat para konsumen dan menjaga keutuhan bentuk *cupcake* pada saat proses pengiriman. Kemasan yang

sebelumnya terbuat dari kertas karton yang berbentuk balok dengan ukuran tinggi 7 cm, lebar 14cm, panjang 22cm dengan motif print pada *box* yang *simple* sehingga dinilai kurang menarik oleh Joyce. Kemasan primer merupakan kertas berbentuk mangkuk yang melindungi bagian bawah *cupcake* sedangkan kemasan sekundernya berupa wadah dari kertas karton yang berbentuk balok beserta penutup wadahnya kemudian kemasan tersier tidak dibutuhkan. *Cupcake* produksi Joyce ini memiliki kesempatan untuk meningkatkan *target market* dan *brand awareness*, yakni dengan cara memberi kemasan yang menarik untuk produk *cupcake*. Dengan kemasan yang menarik dan tahan banting maka produk ini siap untuk bersaing dengan produk sejenis yang telah ada di pasaran. Dengan begitu akan tercapai memperluas target market dan meningkatkan *brand awareness*.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kemasan yang tepat untuk *cupcake Serein cake & co?*

Tujuan Perancangan

Merancang desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* yang tepat.

Batasan Masalah

1. Objek yang diteliti adalah kemasan yang cocok untuk digunakan *cupcake Serein Cake & Co*.
2. Lokasi penelitian adalah wilayah Surabaya.
3. Media yang dirancang adalah kemasan untuk *cupcake Serein Cake & Co*
4. Targetnya adalah masyarakat Surabaya baik pria maupun wanita yang gemar mengonsumsi *cupcake*, kalangan masyarakat menengah ke atas dengan umur berkisar antara 13 tahun sampai 28 tahun.
5. Penelitian dan perancangan di lakukan pada saat bulan Januari 2015 sampai dengan bulan April.

Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa
Menjadi sebuah langkah awal untuk membangun relasi serta membangun mitra bisnis dan dapat merancang desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* yang tepat.
2. Bagi Institusi
Menghasilkan lulusan yang kreatif serta dan menyanjung tinggi nama almamater.

3. Bagi Perusahaan & Masyarakat
Menjaga produk *cupcake Serein Cake & Copada* saat pengiriman/pendistribusian serta meningkatkan angka penjualan dan minat masyarakat.

Metode Pengumpulan Data

Metodologi yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah

- Wawancara (*interview*) yang dilakukan kepada produsen,
- Observasi (*observation*) yang dilakukan di tempat produksi untuk meneliti bagaimana proses dari pembuatan serta di tempat lain yang menjual *cupcake* untuk melihat para kompetitor.
- Dokumentasi (*documentation*) dilakukan di tempat produksi yang menjual *cupcake* dengan menggunakan kamera DSLR.

Metode Analisis Data

1. Metode View

Dengan mengumpulkan data tentang daya tarik visual (*visibility*), informasi produk (*information*), daya tarik untuk membeli (*emotional appeal*), kemudahan dalam pembuatan, penyimpanan (*workability*). Sehingga dapat dilakukan evaluasi faktor-faktor apa saja yang berperan dalam penyelesaian masalah kemasan yang ada secara efisien dan efektif.

Dengan mengetahui data-data secara jelas, diharapkan proses sampai hasil akhir perancangan ini dapat menjadi jawaban bagi bagaimana meningkatkan citra suatu produk melalui desain kemasannya, yang kemudian mampu menarik konsumen untuk membeli *cupcakes serein cakes & co* serta mempermudah proses pengiriman (transportasi).

2. USP (Unique Selling Proposition)

Dengan memiliki *USP (Unique Selling Proposition)*, produk atau jasa dapat meningkatkan positioning dan pangsa pasar karena :

- *Unique* : hal ini membuat anda berbeda dengan yang lain.
- *Selling* : membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- *Proposition* : adalah proposal atau usulan untuk diterima. Sehingga suatu produk atau jasa harus memiliki keunikan dibanding produk atau jasa yang lain, sehingga dipilih oleh konsumen. Unik berarti memiliki perbedaan yang tidak bisa disamai oleh pesaing dan disukai menurut persepsi konsumen, bukan aneh yang

pengertiannya adalah asal memiliki perbedaan tetapi belum tentu disukai.

Konsep Perancangan

Perancangan komunikasi desain gula aren produksi desa margolelo rowoseneng ini ditujukan kepada remaja di Surabaya. Penjabaran *target audience* dilakukan berdasarkan empat aspek yaitu:

1. Demografis

Target audience dijabarkan melalui spesifikasi umur, jenis kelamin, dll. *Target audience* merupakan jenis kelamin perempuan umur 13 – 28 tahun.

2. Geografis

Segmentasi geografis yakni terbagi berdasarkan variabel geografi seperti wilayah, ukuran daerah, iklim, dan kepadatan populasi. Dalam hal ini *target audience* merupakan masyarakat Surabaya.

3. Psikografis

Pembagian *target audience* berdasarkan variabel psikografis yakni seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. *Target audience* perancangan ini adalah masyarakat dengan Strata Ekonomi Sosial menengah ke atas.

4. Behaviouristis

Pembagian *target audience* jenis ini berdasarkan kesempatan penggunaan, manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan, dan sikap pada produk. Konsumen merupakan orang yang peduli terhadap keutuhan bentuk *cupcake* dan mementingkan kemasan yang menarik.

Pembahasan



Gambar 1. Beberapa Elemen desain

Perancangan desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini tidak hanya bertujuan memperluas target market ke tingkat yang lebih tinggi, tetapi bertujuan untuk mengenalkan merk/brand ini menjadi lebih dikenali oleh masyarakat. Pada perancangan kemasan *cupcake* ini, dibuatlah sebuah kemasan *cupcake* yang sesuai dengan jenis produk dan dapat berfungsi melindungi sebuah *cupcake* agar tetap utuh bentuknya dalam proses pengantaran, sehingga produk *cupcake* yang sebelumnya gampang/mudah hancur pada saat proses pendistribusian/pengiriman dapat sampai kepada konsumen secara utuh dan dikenali identitasnya oleh konsumen serta penampilannya menarik dan bagus. Kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini dirancang dengan menonjolkan dan mengutamakan beberapa aspek seperti sisi higienis, sisi kepraktisan serta sisi ekonomis, selain itu juga memperhatikan dalam hal produksi yaitu tidak akan memberatkan pihak produsen dalam segi produksi dan juga mempertimbangkan dari sisi pembeli untuk sudut pandang harga dari produk yang ditawarkan.

Secara keseluruhan dari desain kemasan *cupcake* ini konsep yang ditonjolkan serta ditunjukkan memperlihatkan sebuah sisi keceriaan yaitu diperlihatkan dengan menggunakan desain yang sesuai selera pada zaman sekarang. Produk *cupcake Serein Cake & Co* dapat memiliki pandangan baru dimata para konsumen atau target *audience* serta dapat melangkah ke market selanjutnya. Selain untuk melindungi produk *cupcake* yang ditawarkan kepada konsumen pada saat proses pendistribusian, kemasan *Serein Cake & Co* digunakan sebagai penunjuk identitas. Hal ini bertujuan agar *Serein Cake & Co* dapat dikenal di kalangan masyarakat serta menempel pada benak masyarakat. Desain kemasan yang baik dan menarik ini secara tidak langsung akan mendapat perhatian dari pihak konsumen atau masyarakat. *Brand positioning*, *brand identity*, serta *brand image* produk *cupcake Serein Cake & Co*.

Positioning pada perancangan kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini diharapkan agar produk *cupcake Serein Cake & Co* merupakan produk *cupcake* yang berkualitas serta pantas atau layak untuk dijadikan pelengkap suatu acara/event. Persepsi atau *image* yang ingin ditampilkan kepada masyarakat dan target *audience* yaitu *cupcake Serein Cake & Co* adalah *cupcake* yang tampilannya bagus dan menarik sehingga cocok untuk dijadikan hadiah pada acara tertentu dan pelengkap acara/event seperti kelahiran bayi, acara ulang tahun, ulang tahun pernikahan dan berbagai momen lainnya dengan kemasan yang tentu saja dapat melindungi bentuk *cupcake* dan desainnya menarik.

Perancangan kemasan *cupcake* ini, identitas produk yang akan digunakan adalah brand/merk *Serein Cake & Co* sendiri. Penggunaan nama brand/merk dan juga logo adalah *Serein Cake & Co*. *Serein Cake & Co* diaplikasikan pada bagian dari pada desain kemasan yang diciptakan. Brand/merk *Serein Cake & Co* ini ditampilkan pada desain kemasan kemudian juga

ditampilkan logo pada desain kemasan. Dengan begitu maka identitas serta citra *Serein Cake & Co* dapat mudah dikenal serta dapat diingat dalam benak masyarakat dan juga target *audience*.

Pada perancangan kemasan *cupcake* ini, *brand image* yang ingin ditampilkan dan dibangun serta ditunjukkan pada kemasan adalah kesan yang ceria dan bahagia. Hal ini sesuai dengan produk *cupcake* yang ditawarkan kepada konsumen, yakni *Serein Cake & Co* yang merupakan sebuah *cupcake* pelengkap suatu acara dan hadiah/bingkisan suatu acara/event. *Serein Cake & Co* juga selalu berusaha untuk memberikan hal-hal yang terbaik bagi konsumennya dengan menggunakan bahan-bahan yang terbaik dalam proses pembuatan produk *cupcakes*nya, *Serein Cake & Co* juga akrab serta ramah dengan para konsumennya karena bersifat lebih fleksibel dalam melayani permintaan para konsumen. Ilustrasi/gambar yang akan ditambahkan adalah gambar *cupcakes* itu sendiri, sebagai penegas bahwa ini merupakan produk *cupcake*.

Untuk pola kemasan produk *cupcake Serein Cake & Co* yang akan digunakan pada pembuatan desain kemasan ini akan disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan serta karakteristik produk *cupcake*. Produk *cupcake Serein Cake & Co* tergolong sebagai produk yang rentan atau mudah hancur bentuknya. Oleh karena itu, pada bagian-bagian dalam kemasan harus terdapat penggunaan sekat-sekat antara *cupcake* yang satu dengan yang lainnya agar produk *cupcake* yang ditawarkan ini tidak mudah bergeser dan saling berbenturan satu sama lain. Bentuk yang akan dipakai untuk kemasan utama *cupcakes Serein Cake & Co* adalah bentuk kotak, bentuk kotak merupakan sebuah bentuk yang merupakan bentuk sederhana dan tergolong praktis/mudah. Pola dasar bentuk kemasan *cupcake Serein Cake & Co* akan dirancang dengan bentuk yang sederhana, ringkas dan mudah dibawa-bawa. Pemilihan bentuk kemudian bahan material dasar pembuatan yang akan digunakan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dan produsen serta memperhatikan aspek kemudahan dalam proses pengantaran/pendistribusian, nilai-nilai seperti nilai estetis, dan identitas *Serein Cake & Co*. Kemasan *cupcake* tersebut dianggap paling benar dan tepat karena dapat tetap menjaga keutuhan dari produk *cupcake*. Pada bagian kemasan *cupcake* tersebut bagian luar akan diberikan sebuah identitas dari produk yang ditawarkan serta tambahan informasi yang mendukung. Ukuran yang digunakan akan menyesuaikan dengan produk.

Kemasan *cupcake* yang dirancang serta digunakan akan menjadi kemasan yang memiliki beberapa fungsi atau fungsional. Kemasan *cupcake* luar akan berperan sebagai pelindung tambahan terutama pada saat proses pengantaran/pendistribusian. Desain kemasan *cupcake* juga dibuat untuk menciptakan identitas *Serein Cake & Co* dan juga sebagai sarana untuk memberitahukan informasi-informasi tentang produk kepada konsumen atau promosi. Sehingga melalui kemasan ini, produsen

Serein Cake & Co dapat berbicara kepada para konsumen mengenai produknya tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Penjaringan Ide

Kemasan yang tepat dan baik ada kemasan yang tidak menarik secara visual saja melainkan dapat memenuhi kriteria lainnya seperti kriteria higienis, ergonomis, dan juga ekonomis. Dari referensi-referensi yang didapat maka dikembangkanlah menjadi sebuah ide baru yang bertujuan untuk merancang sebuah kemasan yang menarik serta juga memenuhi kriteria dasar dari sebuah kemasan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Bentuk yang digunakan untuk perancangan kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini tak lain adalah menggunakan bentuk yang sangat sederhana yaitu bentuk kotak. Bentuk kotak merupakan bentuk yang dipakai pada perancangan kali ini dikarenakan para konsumen pada zaman sekarang melihat bentuk dari segi kepraktisannya saja. Bentuk yang simple adalah sebuah bentuk yang pada akhir-akhir ini lebih digemari dari pada bentuk yang lainnya. Pada perancangan kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini bentuk kotak tersebut akan dikembangkan melalui sebuah proses hal bertujuan agar kemasan terlihat lebih menarik serta tetap berfungsi untuk melindungi *cupcake Serein Cake & Co*. Hal penting serta perlu untuk diperhatikan adalah segi ke higienisannya oleh karena itu bahan yang digunakan untuk kemasan sangatlah penting. Untuk menjaga produk *cupcake* yang ditawarkan pemilihan sebuah bahan kemasan sangatlah penting. Bahan kemasan yang akan digunakan tak lain adalah kertas *ivory* yang merupakan tergolong kertas *foodgrade*.

Produk *cupcake Serein Cake & Co* merupakan produk yang tergolong tidak mahal, oleh karena itu bahan kemasan yang akan dipakai haruslah menyesuaikan dengan harga produk yang ditawarkan. Dalam perancangan kemasan tidak dapat mementingkan dari sisi visualnya atau tampilannya saja melainkan juga harus memperhatikan sisi dari harga kemasan yang akan digunakan atau di produksi.

Observasi yang telah dilakukan pada perancangan kemasan yang telah dilakukan didapatkan sebuah konsep untuk desain kemasan. Konsep tersebut menonjolkan sisi dari keceriaan dan kebahagiaan serta kebersihan dan ke higienisan. *Brandname* yang digunakan adalah *Serein Cake & Co*.

Ilustrasi atau gambar visual tambahan yang akan digunakan adalah gambar kumpulan *cupcake* itu sendiri. Hal dikarenakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat atau target *audience* dan dijual oleh produsen kepada para konsumen merupakan *cupcake* yang fresh, lembut dan bersih / higienis. Maka dari itu, digunakanlah warna dasar putih untuk menegaskan.

Warna yang digunakan untuk kemasan produk *cupcake Serein Cake & Co* ini merupakan warna putih. Warna putih ini dipilih untuk menampilkan kesan bersih atau ke higienisan dari produk *cupcake* yang ditawarkan.

Material kemasan *cupcake* yang akan digunakan untuk pembuatan desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini haruslah *foodgrade*, material kemasan yang digunakan adalah kertas *ivory*. Bahan dari kertas *ivory* hampir sama seperti *art carton* apabila dibandingkan, letak perbedaannya antara *ivory* dengan *art carton* adalah *art carton* memiliki 2 sisi yang licin, sedangkan kertas *ivory* hanya memiliki 1 sisi yang licin. Kertas *ivory* merupakan kertas yang menimbulkan kesan *foodgrade* serta *elegant*. Kertas *ivory* merupakan kertas yang memiliki tingkat ketebalan cukup, sehingga kemasan yang dirancang akan kuat apabila ditumpuk pada saat pendistribusian serta produk *cupcake* yang ditawarkan akan tetap dapat terlindungi dengan aman serta tidak rusak pada saat sampai ditangan konsumen. Dari segi ke higienisan kertas *ivory* merupakan kertas yang termasuk dalam kategori kertas *foodgrade* serta dapat dikatakan aman digunakan untuk kemasan sebuah makanan. Pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co* juga terdapat sekat yang dibuat dengan menggunakan bahan kertas *ivory*.

Gaya desain yang diangkat serta digunakan pada perancangan desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini merupakan gaya desain yang menonjolkan sebuah sisi *simplicit* pada penataan layout kemasan dan keterangan atau informasi yang akan dicantumkan. Pemilihan warna-warna, akan digunakan warna yang mencerminkan identitas atau citra *Serein Cake & Co*. Hal ini bertujuan agar kemasan yang dirancang lebih menarik perhatian target *audience*. Kemudian juga diharapkan akan muncul sebuah kesan yang ceria dan juga menarik pada desain kemasan *cupcake* ini. Penggunaan gaya desain ini memiliki sebuah tujuan agar kemasan *cupcake Serein Cake & Co* dapat menjauhi kesan-kesan yang bersifat membosankan. *Font/teks* akan digunakan *typeface* yang digunakan merupakan *Font/teks* lebih menunjukkan sisi modern.

Pada zaman sekarang ini para konsumen dan target *audience* lebih menyukai suatu hal yang praktis dan mudah dilakukan. Oleh karena itu sistem buka tutup pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini akan dirancang dengan sederhana. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para konsumen untuk mengambil produk *cupcakes* yang berada di dalam kemasan serta menutup kembali kemasan. Sistem buka tutup pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini adalah dengan cara menarik tutup kotak ke arah atas. Tutup kemasan dirancang dan diciptakan menyambung dengan badan kemasan agar para konsumen dapat lebih mudah untuk membuka dan juga menutup kemasan *cupcake* pada saat mengambil *cupcake Serein Cake & Co* sehingga Pada perancangan desain kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini akan digunakan warna-warna yang menarik serta dapat mewakili identitas atau citra dari

pada *brand/merk Serein Cake & Co.* Warna beleva dan putih merupakan warna yang akan digunakan pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co.* Hal ini disebabkan karena warna beleva dan putih merupakan warna yang menraik serta mencerminkan identitas *Serein Cake & Co.* Selain itu warna putih dan beleva merupakan warna yang belum digunakan oleh para kompetitor lainnya. Selain itu kedua warna tersebut juga menyesuaikan dengan tipe desain atau gaya desain yang diangkat, yaitu *simplicity*. Kemudian akan digunakan warna putih sebagai latar pada kemasan.

Warna-warna yang digunakan pada perancangan tidaklah banyak hal ini bertujuan untuk menonjolkan tipe desain yang *simplicity* dan juga dikarenakan memperhatikan aspek penekanan biaya cetak bagi produsen *cupcake* sendiri. Warna-warna yang digunakan sedikit warna saja hal ini tidak hanya untuk menekan harga cetak pada percetakan saja melainkan untuk memunculkan kesan yang ingin ditampilkan yaitu kesan *simplicity* dari desain kemasan tersebut. Warna dapat juga menjadi sebuah identitas dari *brand/merk* yang ditawarkan, penerapan warna akan dilakukan sama pada setiap produk. Warna putih juga mencerminkan dan memperlihatkan sisi kebersihan dari produk *cupcake* yang di tawarkan kepada para konsumen.

Merek.brand yang akan digunakan untuk produk *cupcakes* adalah *Serein Cake & Co.* Pada perancangan desain kemasan ini juga akan memuat logo sebagai identitas *Serein Cake & Co* pada kemasan.

Gambar atau ilustrasi yang diangkat dan digunakan pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini adalah ilustrasi *cupcake* itu sendiri. *Cupcake* merupakan sebuah produk yang di tawarkan kepada para konsumen dan target audience. Gambar/ilustrasi *cupcake* akan diletakkan pada kemasan *Serein Cake & Co* dengan tujuan agar identitas *Serein Cake & Co* dapat terlihat dengan jelas. Ilustrasi/gambar tersebut akan digunakan untuk memberikan atau menunjukan identitas dari produk *cupcake Serein Cake & Co* yang ingin ditonjolkan.

Penentuan pada tata letak visual serta keterangan-keterangan pada kemasan *cupcake Serein Cake & Co* ini merupakan faktor yang penting dan harus dipikirkan sehingga hasil yang dihasilkan bagus dan mudah dipahami oleh masyarakat. Gambar/ilustrasi dan keterangan informasi pada kemasan *cupcake* akan diatur dengan sebagus mungkin menjadi sebuah kesatuan yang harmonis dan enak untuk dipandang. Ukuran *brand/logo* serta gambar *cupcake* yang akan dicantumkan pada kemasan *cupcake* serta keterangan informasi pada kemasan, akan disusun dan dikomposisikan dengan sebaik baiknya. Komposisi tersebut menggunakan *grid*. Keterangan informasi serta gambar pada kemasan *cupcake* akan ditata dan ditata dengan bagus sehingga keterangan dan gambar/ilustrasi *cupcake* yang ditampilkan dapat dilihat dengan mudah dan enak. *Grid* yang digunakan merupakan *modular grid* hal dikarenakan jumlah keterangan/informasi yang terdapat pada kemasan

cupcake tidaklah banyak jumlahnya, sehingga lebih jelas. Informasi pada kemasan secara dikomposisikan menjadi beberapa bagian pada kemasan. Ukuran dirancang sebaik mungkin sehingga terlihat enak dilihat.

Media – Media

Berikut ini merupakan media yang diterapkan untuk salon “House Of Louis” sebagai sarana promosi:



Gambar 2. Media Promosi



Gambar 3. Kemasan Premium



Gambar 4. Kemasan Besar



Gambar 7. Flyer



Gambar 5. Kemasan Sedang



Gambar 8. Catalog



Gambar 6. Kemasan Kecil



Gambar 9. Hangtag



Gambar 10. Paper Bag



Gambar 13 Media Promosi & Kemasan



Gambar 11. Mug



Gambar 14. Catalog



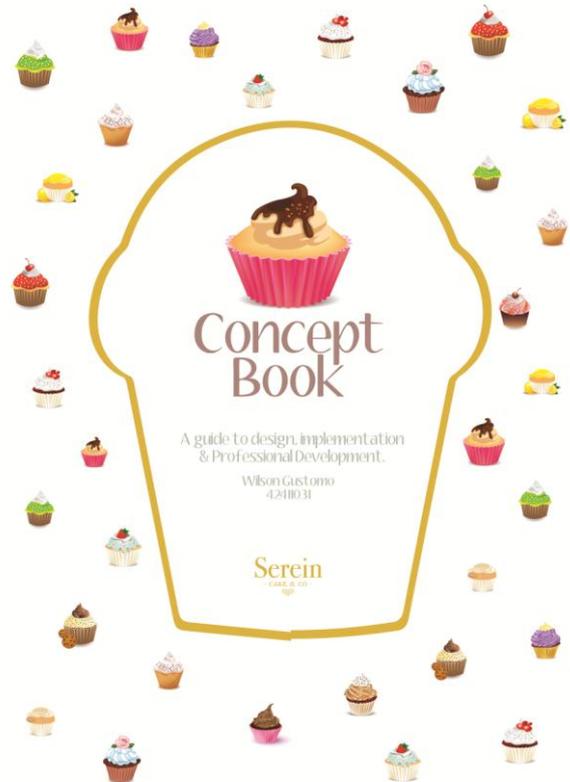
Gambar 12. Boardmenu



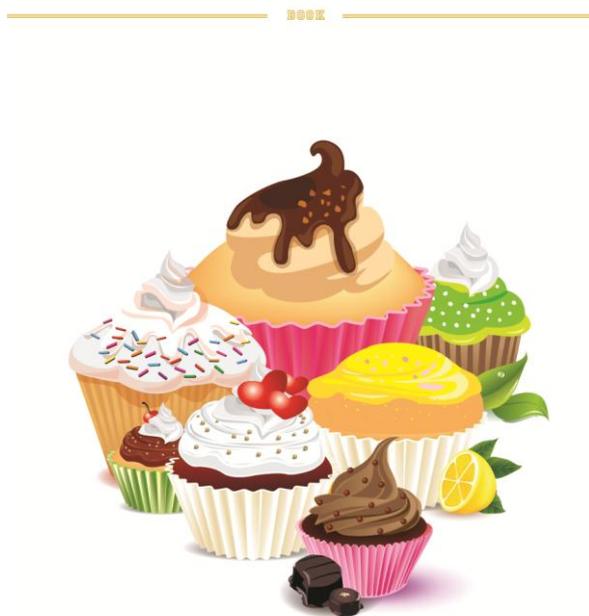
Gambar 15 Catalog



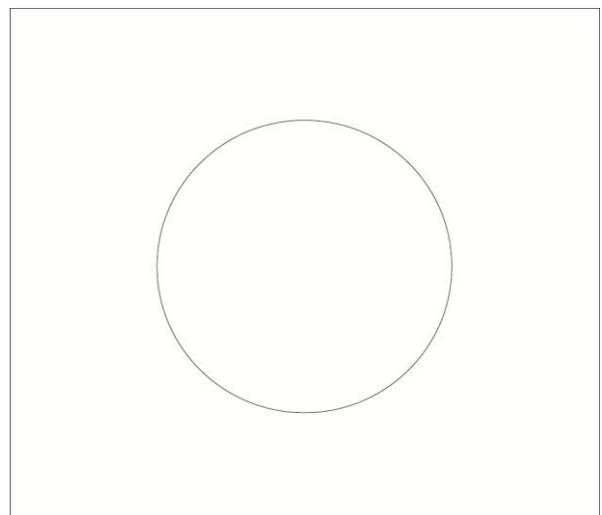
Gambar 16. CupcakeDesign



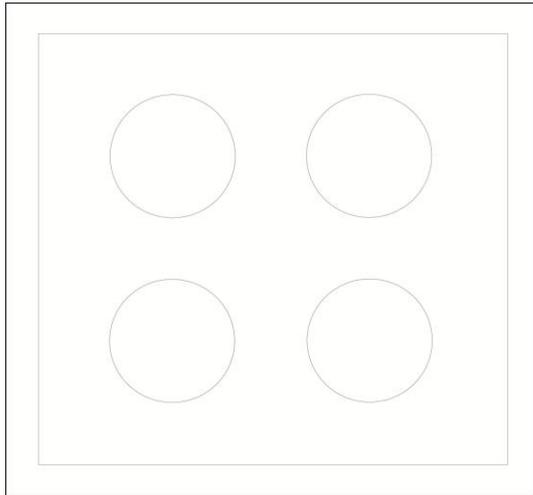
Gambar 18. Buku Konsep



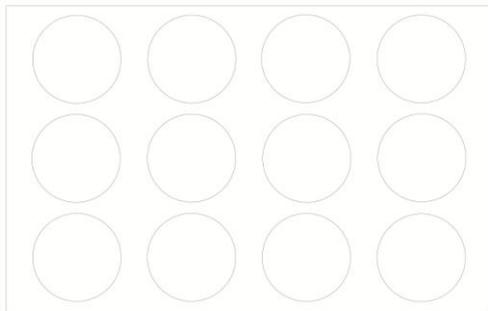
Gambar 17. Cupcake Design



Gambar 19. Cupcake Holder



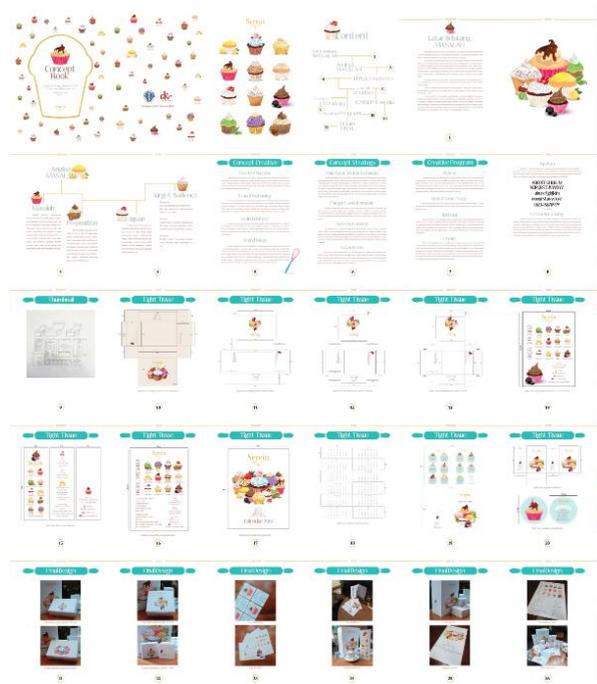
Gambar 20. Cupcake Holder



Gambar 21. Cupcake Holder



Gambar 22. Cupcake Logo



Gambar 23. Buku Konsep

Kesimpulan

Fungsi dari sebuah kemasan telah bergeser pada saat ini, bukan hanya menjadi sebagai pelindung sebuah produk yang dikemas saja melainkan sebuah kemasan juga berfungsi sebagai salah satu media promosi serta memberikan suatu pencitraan sebuah produk yang ditawarkan kepada para konsumen, Produk yang ditawarkan oleh produsen dapat mudah untuk diingat melalui kemasannya, baik dari segi bentuk serta elemen visual yang dihadirkan. Sebuah desain kemasan suatu produk pada zaman sekarang memiliki peran yang penting dan juga berperan besar dalam meraih sebuah kesuksesan dari produk itu sendiri. Kualitas dari pada produk yang ditampilkan dan ditawarkan kepada konsumen serta tampil dari pada produk yang indah, menarik, baik dan berfungsi melindungi produk tidaklah cukup untuk menarik perhatian dari para konsumen dan target *audience*. Oleh karena itu unsur/element visual yang diberikan pada sebuah kemasan merupakan factor yang penting serta dinilai diperlukan agar produk yang ditawarkan oleh produsen menjadi menarik bagi para pembeli/konsumen.

Kemasan tersebut diwujudkan dengan memiliki tujuan-tujuan tertentu. Salah tujuan tersebut adalah menyelesaikan masalah yang dihadapi atau muncul. Identitas sebuah produk haruslah dilabelkan dengan tepat sehingga dapat tertanam dengan baik dan kuat dalam benak masyarakat. Sebuah kemasan pada saat ini berfungsi juga sebagai salah satu media yang dapat menimbulkan *brand awareness*. Selain sebagai tempat dari produk yang ditawarkan, kemasan juga dapat berperan sebagai media untuk membentuk

sebuah identitas serta media promosi dari pada produk yang ditawarkan.

Dengan dirancangnya kemasan *Serein Cake & Co* serta di tambahkan beberapa media promosi sebagai pendukung dan jugaterdapat sebuah logo sebagai identitasnya maka dapat dikatakan bahwa pencitraan produk *cupcake Serein Cake & Co* lebih menarik secara visual dari pada sebelumnya serta dapat membawa nama brand *Serein Cake & Co* lebih baik atau bahkan memperluas target market dan dapat dikenal. Dengan demikian, konsumen akan lebih percaya saat akan memilih sebuah produk. Sebuah desain kemasan suatu produk menarik merupakan salah satu sarana promosi yang penting bagi sebuah produk pada zaman sekarang ini.

Saran

Dalam proses memudahkan produsen *cupcake Serein Cake & Co*, dianjurkan agar jumlah minimum untuk pembelian *cupcake* untuk dikurangi. Hal ini bertujuan agar produsen tidak perlu memproduksi lebih dari 1 kemasan *cupcake* yang berbeda - beda ukurannya. Mengurangi jumlah minimum pembelian *cupcake* maka produsen hanya memerlukan *cupcake holder* untuk mengganti saja. Hal merupakan hal yang lebih efektif dan juga dapat menekan biaya produksi dari sebuah kemasan.

Brand image pada zaman sekarang sangatlah berpengaruh *serta* memegang peranan yang penting terutama proses pengembangan usaha. Mengembangkan dari segi produk yang ditawarkan *serta* ajuga harus memikirkan pentingnya memiliki identitas sebuah produk *serta* bagian-bagian lain yang termasuk dalam promosi.

Observasi pada saat ini merupakan salah satu hal yang penting dilakukan sebelum melakukan perancangan. Oleh karena itu sebaiknya dilakukan terlebih dahulu dengan baik. Pemahaman tentang target market merupakan bagian dari observasi. Hal tersebut dinilai penting dan diperlukan, *serta* memperhatikan apa yang diperlukan dari para konsumen. Dilakukannya sebuah observasi secara mendalam tentang konsumen atau target audience dan produsen dapat diambil kesimpulan yang juga dapat mendukung pengembangan sebuah perancangan.

Ucapan Terima Kasih

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat *serta* bimbingannya, maka penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Perancangan Kemasan Cup Cake *Serein Cake & Co*."

Penulis juga sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah secara langsung dan tidak langsung telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Drs. I. Nengah Sudika Negara, M.Erg selaku dosen

pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan dalam penulisan tugas akhir ini.

2. Hendro Ariyanto S.Sn, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu Lydia Joyce Sandra selaku pemilik dari *Cupcake Serein Cake & Co*, yang telah membantu memberikan informasi *serta* kesempatan bagi penulis.
4. Keluarga tercinta yang telah membantu dalam segi moral maupun materiil.
5. Semua teman-teman yang membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian tugas akhir ini dengan tepat waktu.
6. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala petunjuk, kritik, dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya.

Akhir kata penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini dan penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Diharapkan perancangan Tugas Akhir ini dapat menghasilkan karya yang dapat berguna bagi masyarakat. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik, petunjuk, dan saran yang berguna untuk pengembangan diri.

Daftar Pustaka

- Adams, Sean. *Master of Design: Logos and Identity*. Massachusetts : Rockport Publishers, Inc., 2008.
- Cenadi, Christine Suharto. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran, *Nirmana Vol. 2*, No. 1, Januari 2000: 92 – 103.
- Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford, 1990.
- Denison Edward, Cawthray Richard. 1999. *Packaging Prototype*. RotoVision SA.
- Dr. Ir. Eko Nugroho, M.Si, *Pengenalan Teori Warna*, Andi, Yogyakarta, 2008
- Kartajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Klimchuk, Marianne R., dan Sandra Krasovec. *Desain Kemasan Perancangan Merek Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga, 2007.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Trans. Budiman Mahendra. Jakarta : PT. Prenhallindo, 1998.
- Rustan, Suriyanto. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia, 2009.

Sanyoto, Sajiman Ebd. *Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
Wirya, Iwan, 1999. *Kemasan Yang Menjual*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.