

Perancangan Desain Kemasan Depot Mie Mangkok Melet di Surabaya

Christina¹, Elisabeth Christine Yuwono², Bambang Mardiono Soewito³

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

ABSTRAK

Christina :

Desain Kemasan

Perancangan Desain Kemasan Depot Mie Mangkok Melet di Surabaya

Depot Mie Mangkok Melet merupakan sebuah rumah makan yang menyajikan produk makanan dengan level pedas dan produk makanan tersebut disajikan dengan cara penyajian yang unik, produk tersebut berupa mie mangkok, nasi goreng, mie goreng, dimsum, kwetiau dan masih banyak lagi. Depot Mie Mangkok Melet berdiri sejak tahun 2015. Namun, hingga saat ini kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet belum memiliki identitas dan belum fungsional, seperti minyak dari mie tumpah keluar kemasan. Oleh karena itu, dalam perancangan ini akan dibuat kemasan yang praktis baik untuk dibawa dan juga untuk memudahkan konsumsi produk didalamnya, sehingga dapat memberi identitas dan menjaga produk agar tetap higienis, berkualitas, dan cocok untuk oleh-oleh. Perancangan ini menggunakan metode penelitian wawancara, dokumentasi, studi kepustakaan, dan internet, selain itu akan digunakan metode analisis 5W1H.

Kata kunci: Desain Kemasan, Kemasan Fungsional, Depot Mie Mangkok Melet di Surabaya.

ABSTRACT

Christina :

Packaging Design

Depot Mie Mangkok Melet's Packaging Design at Surabaya

Depot Mie Mangkok Melet is a restaurant that serves food with spicy levels and unique presentation, the products are mie mangkok, fried rice, fried noodles, dimsum, kwetiau and many more. Depot Mie Mangkok Melet has been established since 2015. However, until now the packaging from Depot Mie Mangkok Melet has no identity and yet functional, such as the seasoning oil spilled out from the packaging. Therefore, in this design will be made a packaging that is practical both to carry and also to make it easier for the food inside to be consumed, so it can keep the product hygienic, high quality, and suitable for souvenirs. This packaging design project is uses interview research method, documentation, literature study, and internet, in other hand, 5W1H will be used for analytical method.

Keywords: Packaging Design, functional packaging, Depot Mie Mangkok Melet di Surabaya.

Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan kuliner sangat pesat dan semakin kreatif, baik dari segi varian rasa, bentuk, cara penyajian, hingga pada cara pemasarannya. Mayoritas pasar makanan ini mengalami persaingan tidak hanya ketat dari segi rasa dan harga saja, namun juga dari segi kemasan dan kreativitas, ditambah lagi dengan semakin banyaknya makanan-makanan unik yang bermunculan, baik dari segi rasa maupun kreatifitasnya. Hal ini disebabkan oleh berkembangnya dunia media sosial yang saat ini sudah berkembang dari hanya sebuah sarana komunikasi, berbagi cerita dan pengalaman, menjadi wadah bagi masyarakat untuk promosi dan bahkan menghasilkan uang, banyak sekali masyarakat yang mengabadikan foto makanannya dan dibagikan ke media sosial terutama bila makanan tersebut disajikan dengan cara yang unik ataupun memiliki kemasan yang kreatif (Renaldo, 2017). Fenomena inilah yang membuat industri kuliner saat ini gencar beradu kreatifitas, baik keunikan bentuk, cara penyajian, dan keanekaragaman rasa juga menjadi tolak ukurnya. Oleh karena itu Depot Mie Mangkok Melet yang terhitung sudah berpengalaman dalam industri kuliner ini tidak ingin ketinggalan dalam berpartisipasi mengikuti perkembangan kreativitas dalam industri kuliner. Depot Mie Mangkok Melet memiliki keunikan dengan menawarkan mie dengan tingkat atau level pedas yang berbeda, hal inilah yang menjadi alasan mengapa menggunakan nama Depot Mie Mangkok Melet, karena saat orang merasa kepedasan maka akan otomatis menjulurkan lidahnya. Awalnya, Depot Mie Mangkok Melet ini didirikan oleh Ibu Melinda pada 26 Juni 2015 berupa sebuah depot kecil di Jl. Pacar Keling no 7B, Tambaksari. Pemasarannya hanya dari mulut ke mulut, dari saudara, teman, dan akhirnya mulai banyak yang mengenal dan mulai membuka cabang di pujasera Resto Kayu

Manis, Merr, dengan target audience SES B-C. Penjualan untuk Depot Mie Mangkok Melet setiap harinya bisa mencapai 70 porsi. Kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet hanya berupa styrofoam (PS atau Polystyrene) dan kuahnya dimasukkan ke dalam plastik PE 0,25 yang bisa didapat dengan mudah di berbagai toko plastik. Saat ini bu Melinda dan keluarga ingin membuat sebuah kemasan yang menarik, terlihat elegan namun dengan harga yang terjangkau, hal ini didasari juga oleh analisa pada kemasan lamanya, seperti dari segi fungsional, sering kali minyak dari mie tumpah ke luar hingga mengotori bagian luar kemasan. Dari segi efisiensi yaitu cukup sulit bagi konsumen saat ingin mengkonsumsi mie ketika dalam perjalanan. Selain itu bila dilihat dari segi visual dan estetisnya tidak menunjukkan bahwa produk atau makanan tersebut dibeli di Depot Mie Mangkok Melet, dan juga kemasan lamanya mudah rusak seperti klip pengunci pada styrofoam mudah patah, khususnya bila pembelian dalam jumlah banyak, disebabkan oleh styrofoam tertumpuk oleh styrofoam lainnya. Oleh karena itu perancangan ini ditujukan untuk memberi solusi kemasan yang mampu mengatasi permasalahan-permasalahan di atas, baik secara fungsional serta estetika, namun dengan harga yang terjangkau, yang juga bertujuan untuk merangkul target market, sehingga mereka melihat produk yang ditawarkan sebagai pilihan yang menarik dan tepat. Kemasan sangatlah penting bagi sebuah produk agar bisa menarik konsumen untuk membeli produk tersebut, Depot Mie Mangkok Melet sudah memiliki nama yang unik dan juga cita rasa yang terjamin, sehingga kemasan menjadi langkah pertama dari Depot Mie Mangkok Melet untuk memberikan kemudahan pada konsumennya dalam menikmati penganan Depot Mie Mangkok Melet. Oleh sebab itu diperlukan perancangan desain komunikasi visual dalam

bidang kemasan untuk Depot Mie Mangkok Melet, karena desain komunikasi visual dikategorikan sebagai commercial art karena merupakan perpaduan antara seni rupa (visual art) dan keterampilan komunikasi untuk tujuan bisnis (Rakhmat, 2010, p. 9). Kemasan dibuat tidak hanya sebagai wadah produk namun juga harus bisa merepresentasikan korporasi dan mampu memberikan kemudahan bagi konsumen dalam membawa produk tersebut, maka kemasan harus mudah dibawa, berkesan, berciri khas tapi tidak terlalu rumit dan terjangkau, karena kemasan merupakan salah satu sarana pemasaran. Alasan diperlukannya kemasan karena sebagai senjata bisnis agar memudahkan konsumen dalam membawa dan mengingat produk tersebut. Kemasan bagi sebuah produk sangatlah besar peranannya, selain sebagai tempat atau wadah produk yang memudahkan dalam membawa dan melindungi isi produk, juga bermanfaat sebagai daya tarik awal yang membuat pelanggan ingin membeli produk tersebut. Maka melalui perancangan ini diharapkan dapat memberikan Depot Mie Mangkok Melet kemasan yang fungsional dan memberi identitas Depot Mie Mangkok Melet.

Metode Penelitian

Dalam perancangan desain kemasan Depot Mie Mangkok Melet ini, digunakan metode penelitian dengan metode pengumpulan data, data yang dikumpulkan tersebut yaitu data primer dan data sekunder.

b. Studi Pustaka

Dengan studi pustaka dan internet membantuperancangan desain kemasan Depot Mie Mangkok Melet yang dapat melindungi produk, menarik perhatian konsumen, serta menunjukkan identitas Depot Mie Mangkok Melet.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan yaitu 5W1H yang merupakan singkatan dari 5W yaitu What, Where, When, Why, Who dan 1H yaitu How. Diharapkan dapat membantu proses perancangan hingga pada hasil akhirnya diharapkan dapat menjawab permasalahan dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet.

Data Produk

Jenis Produk

Depot Mie Mangkok Melet ini didirikan oleh bu Melinda pada 26 Juni 2015 berupa sebuah depot kecil di Jl. Pacar Keling no 7B, Tambaksari. Depot Mie Mangkok Melet memiliki keunikan dengan menawarkan menu mie dengan tingkat atau level pedas yang berbeda, cara penyajian dan penamaan menu yang unik, selain mie mangkok juga terdapat menu lain seperti nasi goreng dan dimsum. Adanya level pedas inilah yang menjadi alasan mengapa menggunakan nama Depot Mie Mangkok Melet, karena saat orang merasa kepedasan maka akan otomatis menjulurkan lidahnya. Konsumen seringkali mencoba level pedas Depot Mie Mangkok Melet ini sebagai tantangan seberapa kuat dalam menyantap kuliner pedas.

Merek/Brandname

Depot Mie Mangkok Melet memiliki logo yaitu berupa tulisan Depot Mie Mangkok Melet yang menggunakan Huruf Decorative, dengan font . Logo tersebut menggunakan warna putih pada tulisan Depot Mie Mangkok Melet.

Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan Positioning

Makanan yang dijual di Depot Mie Mangkok Melet dibagi menjadi dua kategori yang mempunyai spesifikasi sebagai berikut:

Kering: digoreng menggunakan minyak, dan tidak terdapat kuah atau yang bersifat basah.

Basah: berair atau terdapat kuah.

USP (Unique Selling Proposition)

Depot Mie Mangkok Melet melakukan inovasi pada menu yaitu penggabungan antara penamaan menu yang unik, rasa pedas dengan level kepedasan dan cara penyajian mie unik, seperti penempatan mie di atas kulit pangsit yang sudah digoreng dan dibentuk seperti mangkok, hingga mie yang disajikan seperti disumpit namun tidak ada yang memegang sumpit tersebut sehingga disebut sebagai mie terbang.

Positioning

Depot Mie Mangkok Melet menempatkan diri sebagai salah satu rumah makan yang menawarkan keunikan yang menimbulkan rasa penasaran mulai dari menu mie mangkok melet, hingga mie terbang dan tantangan juga dalam hal level pedasnya.

Wilayah dan Sistem Pemasaran

Depot Mie Mangkok Melet hanya terdapat di kota Surabaya. Untuk pendistribusiannya menggunakan sistem direct dan delivery untuk daerah sekitar depot, tapi juga tersedia di aplikasi Go-Jek untuk wilayah lain di Surabaya. Sistem pemasaran Depot Mie Mangkok Melet yaitu dari mulut ke mulut untuk konsumen di sekitar Depot Mie Mangkok Melet, juga melalui intagram dan facebook, serta melalui aplikasi Go-Jek. Konsumen biasanya membeli makanan atau minuman untuk makan di tempat dan ada juga yang dibawa pulang untuk konsumsi pribadi maupun untuk acara tertentu seperti ulang tahun, makan siang bersama di kantor dan juga untuk acara reuni.

Data Produk Kompetitor

Jenis produk

Kober Mie Setan Surabaya merupakan cabang dari Kober Mie Setan yang berada di kota Malang. Kober Mie Setan Surabaya berlokasi di Jl. Kaca Piring Surabaya dan sudah berdiri di Surabaya sejak tahun 2013. Kober Mie Setan Surabaya merupakan salah satu rumah makan yang menawarkan kuliner dengan sensasi rasa pedas yang memiliki tingkatan level.

Merek/Brandname

Kober Mie Setan Surabaya memiliki logo yaitu berupa gambar ilustrasi wajah yang menggunakan topeng merah dengan tanduk di atas kepalanya dan tulisan Kober Mie Setan Surabaya yang menggunakan Huruf Decorative. Logo tersebut menggunakan warna gradasi jingga dan merah dengan garis hitam pada sisi luar tulisan tersebut.

Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan Positioning

Spesifikasi makanan yang dijual oleh Kober Mie Setan Surabaya menjual mie dengan berbagai level pedas dan juga beberapa jenis

dimsum, serta minuman dengan nama yang unik.

Diferensiasi

Kober Mie Setan Surabaya memiliki branding yang kuat dan juga sudah memiliki beberapa cabang di Surabaya.

USP (Unique Selling Proposition)

Kober Mie Setan Surabaya memiliki keunikan dari segi nama brand, nama menu makanan dan minuman, serta pada rasa mie yang memiliki level pedas.

Positioning

Kober Mie Setan Surabaya menempatkan diri sebagai salah satu rumah makan yang menawarkan keunikan yang menimbulkan rasa penasaran dari segi nama maupun level pedasnya.

Konsumen

Konsumen utama Kober Mie Setan Surabaya adalah masyarakat di Surabaya, puncak keramaian di Kober Mie Setan Surabaya yaitu saat bertepatan dengan jam makan siang dan makan malam. Dari hasil survey, maka disimpulkan bahwa konsumen dari Depot Mie Mangkok Melet adalah pria maupun wanita dari segala usia dengan SES B dan C yang berada di Surabaya dan menyukai hal baru terutama dalam hal kuliner.

Wilayah dan Sistem Pemasaran

Kober Mie Setan Surabaya terdapat di beberapa daerah di kota Surabaya. Untuk pendistribusiannya menggunakan distribusi direct atau secara langsung datang ke lokasi Kober Mie Setan Surabaya, namun tersedia juga di aplikasi Go-Jek. Sistem pemasaran Kober Mie Setan Surabaya yaitu melalui facebook dan instagram.

Analisis Data

Analisis Tujuan Brand Positioning

Depot Mie Mangkok Melet memiliki varian produk yang beragam dan unik dari segi penyajian dan rasa. Persepsi yang ingin

ditampilkan adalah produk yang memiliki keunikan dalam penyajiannya, panamaannya dan dengan harga yang terjangkau tanpa mengenyampingkan kualitas. Brand image berperan sangat penting dalam suatu produk, karena produsen dapat menanamkan kepercayaan dan citra yang akan diingat oleh konsumen.

Analisis Kategori Produk

Pada perancangan ini, berdasarkan wujud produk, produk makanan yang ada di Depot Mie Mangkok Melet termasuk dalam klasifikasi barang. Sebab produk ini dapat dilihat, dipegang, disimpan, dan dipindahkan. Berdasarkan daya tahan, produk di Depot Mie Mangkok Melet termasuk dalam barang yang tidak tahan lama. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan barang berwujud yang biasanya habis dalam satu kali konsumsi atau beberapa jam kemudian. Bila ditinjau dari tujuan konsumen dan kegunaannya maka makanan ini diklasifikasikan sebagai barang konsumsi.

Analisis Kompetitor

Berdasarkan kemiripan jenis produk dan harga yang ditawarkan serta keberadaan Depot Mie Melet Mangkok yang terhitung lebih baru dari Kober Mie Setan Surabaya. Keunggulan Depot Mie Mangkok Melet adalah varian makanan yang cukup beragam, level pedas yang berbeda, penyajian yang unik mulai dari mangkok mie yang terbuat dari kulit pangsit hingga mie yang nampak melayang (terbang), dan dari nama menu yang unik juga sehingga konsumen memiliki berbagai pilihan.

Analisis Fitur Kemasan (SW1H)

Analisis untuk perancangan kemasan Depot Mie Mangkok Melet, yaitu :

1. Apa kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet?

Kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet adalah kemasan styrofoam (PS atau Polystyrene) dan plastik PE 0,25.

2. Dimana masalah dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet?

Dari segi fungsional, seringkali minyak dari mie tumpah ke luar hingga mengotori bagian luar kemasan dan klip pengunci pada Styrofoam mudah patah saat tertumpuk dengan kemasan lain, dari segi efisiensi kemasan tersebut cukup mempersulit konsumen saat ingin mengonsumsi makanan pada saat perjalanan, dari segi visual dan estetikanya tidak menunjukkan bahwa produk atau makanan tersebut dibeli di Depot Mie Mangkok Melet.

3. Kapan masalah dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet muncul?

Saat produk atau makanan dibawa pulang atau take away baik dalam jumlah banyak maupun sedikit.

4. Mengapa kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet perlu dirancang kembali?

Untuk mengatasi permasalahan fungsionalitas dan memberikan identitas bagi kemasan Depot Mie Mangkok Melet.

5. Siapa yang merasa terganggu oleh masalah dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet?

Konsumen dari Depot Mie Mangkok Melet khususnya yang membawa pulang atau take away.

6. Bagaimana cara mengatasi masalah dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet?

Melakukan perancangan kemasan yang fungsional dan mampu menjadi identitas bagi Depot Mie Mangkok Melet.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan dari kemasan Mie Mangkok Melet adalah merancang kemasan yang fungsional dan dapat memberikan identitas bagi Mie Mangkok Melet. Dalam hal ini fungsional berarti dapat menjadi wadah untuk produk atau makanan, melindungi produk atau makanan, dan memudahkan konsumen dalam

mengonsumsi produk atau makanan, sedangkan memberi identitas berarti dapat memberikan informasi mengenai Depot Mie Mangkok Melet dan juga merepresentasikan Depot Mie Mangkok Melet.

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif

Tujuan dari kemasan take away Depot Mie Mangkok Melet yaitu membuat Depot Mie Mangkok Melet memiliki kemasan yang fungsional serta mampu menjadi identitas bagi Depot Mie Mangkok Melet. Sehingga Depot Mie Mangkok Melet dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Brand Positioning

Brand positioning dari Depot Mie Mangkok Melet adalah sebagai depot yang memiliki menu mie dengan tingkat atau level pedas yang berbeda, cara penyajian dan penamaan menu yang unik, selain mie mangkok juga terdapat menu lain seperti nasi goreng dan dimsum, yang ada di Surabaya. Positioning ini ditunjukkan dalam desain kemasannya dengan memperlihatkan identitas Depot Mie Mangkok Melet.

Brand Identity

Identitas dari Depot Mie Mangkok Melet terletak pada logo yang berupa tulisan Depot Mie Mangkok Melet yang menggunakan Huruf Decorative, yaitu dengan menggunakan font Cooper Black Regular. Logo tersebut menggunakan warna putih pada Depot Mie Mangkok Melet menggunakan font decorative, yaitu font Cooper Black Regular. Depot Mie Mangkok Melet masih belum memiliki kemasan yang beridentitas dan menggambarkan brand Depot Mie Mangkok Melet, maka pada kemasan baru akan dibuat menggunakan warna yang sesuai dengan warna logo dan desain disesuaikan dengan suasana yang ada di Depot Mie Mangkok Melet.

Brand Image

Brand image dari Depot Mie Mangkok Melet yaitu sebagai depot yang Depot Mie Mangkok Melet memiliki keunikan dengan menawarkan menu mie dengan tingkat atau level pedas yang berbeda, cara penyajian dan penamaan menu yang unik, selain mie mangkok juga terdapat menu lain seperti nasi goreng dan dimsum. Dari segi kualitas, Depot Mie Mangkok Melet selalu menyajikan produknya dalam keadaan baru (fresh) atau tidak disimpan dalam jangka waktu yang lama. Nama Mie Mangkok Melet sendiri memiliki nilai keunikan yang menjual karena membuat target marketnya penasaran dan menjadi cukup dikenal di kota Surabaya. Didasari oleh hal tersebut maka desain kemasan untuk Depot Mie Mangkok Melet akan dirancang untuk memberikan identitas dan memberi kesan yang sesuai dengan identitas dari Depot Mie Mangkok Melet.

Strategi Kreatif

Melihat kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet, diperlukan kemasan yang fungsional dan dapat memberikan identitas bagi Depot Mie Mangkok Melet. Oleh karena itu strategi kemasan yang digunakan adalah memanfaatkan hal yang belum ada dari kemasan Depot Mie Mangkok Melet seperti yang belum cukup memenuhi syarat kemasan yang fungsional dan tidak memiliki identitas, sehingga dibutuhkan kemasan yang dapat melindungi produk dan memberi identitas pada kemasan Depot Mie Mangkok Melet.

Pola Dasar Bentuk Kemasan

Kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet akan dibuat menggunakan kertas yang dilapisi plastik berbentuk segi enam yang nampak seperti mangkok sehingga sesuai dengan nama atau brand Depot Mie Mangkok Melet dan juga memudahkan produk atau makanan masuk dalam kemasan serta memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi produk atau makanan

tersebut. Selain itu juga lebih efisien dari segi biaya karena mie mangkok melet, nasi goreng, dan mie goreng dapat menggunakan satu kemasan saja. Untuk kuah atau produk pendukung akan menggunakan plastik yang dikhususkan untuk produk makanan.

Selain kemasan makanan utama juga ada kemasan untuk produk dimsum yang akan diberi kemasan dengan bentuk yang sama yaitu segi enam namun dengan ukuran yang disesuaikan dengan jumlah dan besarnya dimsum.

Dan juga untuk pembelian dalam jumlah banyak akan diberi kemasan tas kertas yang digunakan sebagai wadah untuk produk take away sehingga produk lebih mudah untuk dibawa dan meminimalisir adanya kemungkinan kebocoran atau kerusakan pada produk.

Fungsi Utama Kemasan

Fungsi utama kemasan adalah sebagai pelindung bagi produk agar tetap terjaga kualitas dan kuantitasnya meskipun harus dibawa berpergian serta memberikan identitas bagi produk yang terdapat di dalamnya, yang juga merepresentasikan karakteristik dari Depot Mie Mangkok Melet.

Bahan/Material Dasar Kemasan

Pada perancangan ini, produk makanan akan menggunakan bahan kertas yang dilaminasi yang bertujuan agar air atau minyak yang terkandung dalam produk tidak keluar dan mengganggu kenyamanan konsumen dalam mengkonsumsi produk.

Gaya Desain

Desain kemasan akan menggunakan gaya desain minimalis. Gaya kemasan ini sangat cocok untuk menggambarkan suasana dari Depot Mie Mangkok Melet.

Sistem Kemasan

Kemasan dari Depot Mie Mangkok Melet akan dibuat dengan sistem buka tutup pada

bagian atas dari kemasan, yang akan menggunakan kertas yang berlaminasi.

Program Kreatif

Program kreatif yang akan dilakukan yaitu dengan membuat kemasan yang tidak hanya memberikan identitas bagi Depot Mie Mangkok Melet namun juga fungsional, yaitu:

1. Kemudahan dalam memasukan produk ke dalam kemasan.
2. Menampilkan identitas Depot Mie Mangkok Melet.
3. Memberikan kemudahan dalam membawa, mengkonsumsi, dan penyimpanan produk.

Warna

Warna kemasan menggunakan warna hitam dan putih. Penggunaan warna hitam bertujuan untuk menguatkan identitas dari Depot Mie Mangkok melet yang disesuaikan dengan logo dari Depot Mie Mangkok Melet.

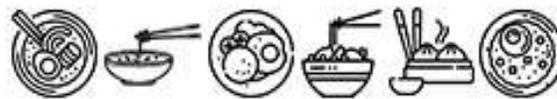
Merek/Logo/Brand Name

Depot Mie Mangkok Melet memiliki logo berupa tipografi bertuliskan Depot Mie Mangkok Melet, dengan menggunakan warna putih pada tulisan Depot Mie Mangkok Melet.

Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi merupakan poin yang penting untuk mendukung keindahan sebuah kemasan, karena ilustrasi dapat memberikan kesan atau gaya desain pada sebuah kemasan. Ilustrasi kemasan Depot Mie Mangkok melet akan menggunakan gambar pattern dengan gaya desain flat line icon yang disusun dari elemen-elemen seperti mie, nasi goreng dan dimsum yang diatur dengan baik sehingga membentuk sebuah pattern yang khas dan menggambarkan menu makanan dari Depot Mie Mangkok Melet. Dengan pattern ini

akan memberikan kesan modern, minimalis, namun berkelas.



Gambar 1. *Pattern*

Jenis Font/Tipografi

Jenis font yang dipilih untuk kemasan yaitu jenis font Cooper Black Reguler. Font ini memberi kesan simple atau minimalis dan mudah untuk dibaca. Font ini juga merupakan font asli dari logo Depot Mie Mangkok Melet. Sehingga informasi yang terdapat pada kemasan dapat dengan mudah tersampaikan ke konsumen dan juga tetap konsisten dalam merepresentasikan identitas dari Depot Mie Mangkok Melet.

Komposisi/Tata Letak

Logo dari Depot Mie Mangkok Melet akan diletakkan di tengah kemasan dengan ukuran yang disesuaikan dengan besarnya kemasan. Hal ini bertujuan agar logo dari Depot Mie Mangkok Melet menjadi hal pertama yang dilihat oleh konsumen. Ilustrasi akan diletakkan di sekitar logo yang akan menjadi faktor pendukung keindahan dan juga sebagai petunjuk untuk konsumen mengenai produk atau makanan apa yang ada di dalam kemasan tersebut.

Media pendukung

Media pendukung dari Depot Mie Mangkok Melet yaitu Instagram dan Facebook sebagai sarana dalam mempromosikan tempatnya. Selain itu penggunaan media ini bertujuan untuk lebih mengenalkan Depot Mie Mangkok Melet pada anak muda yang sesuai dengan kebiasaan mereka dalam bermain gadget dan selalu update dengan informasi baru dari sosial media.

Harga

Dengan berbagai pertimbangan untuk biaya produksi, kemasan Depot Mie Mangkok

Melet memiliki beragam harga atau biaya. Berikut harga satuan untuk masing-masing kemasan :

1. Kemasan untuk menu utama : Rp 2.580,00
2. Kemasan untuk menu pendamping: Rp 1.476,00
3. Kemasan Tas: Rp 2.807,00.

Keterangan : Harga dengan minimum cetak 1.000pcs.

Final



Gambar 2. Kemasan Makanan Utama



Gambar 3. Kemasan Makanan Pendamping



Gambar 4. *Shopping Bag*

Hasil Pengujian Kemasan

Setelah dilakukan pengujian kemasan dari segi fungsionalnya yaitu menjaga produk dengan baik, minyak yang terdapat pada produk juga tidak tumpah keluar, kuah dari produk mie juga tidak merusak kemasan dan tumpah ke luar saat dikonsumsi karena adanya laminasi pada sisi dalam kemasan, serta produk juga tidak rentan terhadap paparan debu dari luar. Dari segi identitas, yaitu visual pada kemasan juga telah mampu untuk menarik perhatian konsumen untuk mengenal lebih baik produk dari Depot Mie Mangkok Melet.

Simpulan & Saran

Kemasan yang baik merupakan kemasan yang dapat melindungi produk di dalamnya, sesuai dengan sifat produknya, dan merepresentasikan isi produk dan juga produsennya. Melalui proses perancangan desain kemasan untuk Depot Mie Mangkok Melet ini, penulis merancang kemasan yang dapat menjawab permasalahan yang ada pada kemasan lama. Permasalahan tersebut diantaranya adalah dari segi distribusi, minyak yang tumpah ke luar saat order take away, dari segi konsumsi, kemasan lama kurang memadai dan praktis untuk konsumsi secara langsung, dan segi identitas, kemasan terdahulu belum memiliki identitas. Pada kemasan yang baru, dirancang agar praktis dan baik untuk dibawa maupun untuk mengkonsumsi produk di dalamnya, serta mengatasi permasalahan minyak yang seringkali mengganggu kenyamanan saat hendak mengkonsumsi produk. Dengan adanya kemasan makanan utama yang tahan minyak dan air (kuah), akan membantu memudahkan dalam memegang dan mengkonsumsi produk di dalamnya. Begitu pula dengan kemasan makanan pendamping yang telah dilaminasi dapat menahan minyak hingga tidak tembus ke bagian luar kemasan, sehingga produk dapat didistribusikan dan dikonsumsi dengan baik. Lalu dengan adanya

shopping bag dapat membantu memudahkan pembawaan produk dan juga dapat digunakan kembali oleh konsumen untuk membawa barang di lain hari. Kemudian dari segi visual dan identitas, kemasan sudah memiliki identitas yang jelas (dengan penggunaan bahan material yang seragam, dan tata letak, serta penggunaan logo yang seragam). Identitas yang dibuat dengan desain grafis berupa pattern, diharapkan dapat menyampaikan image, positioning dan keaslian dari Depot Mie Mangkok Melet, sehingga kemasan juga sekaligus memenuhi faktor komunikasi dan promosi produk. Dalam perancangan sebuah kemasan, meski nampak sederhana, namun sebenarnya memiliki banyak hal yang harus dipertimbangkan. Terutama untuk produk makanan yang berminyak dan berkuah. Seringkali dalam merancang, desainer hanya memperhatikan sisi estetikanya saja, namun kurang memperhatikan sisi fungsionalnya yang merupakan faktor utama dari sebuah kemasan. Oleh karena itu pola pikir seorang perancang harus bisa mempertimbangkan kedua hal ini secara berimbang agar dapat merancang sebuah kemasan yang baik dari sisi fungsionalitasnya dan juga estetikanya.

Daftar Referensi

- Budi, K. (2016, June). Pengertian Metode 5W1H dalam Manufakturing. Retrieved January 26, 2018 from <http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-metode-5w1h-dalam-manufakturing/>
- Renaldo, G. (2017, January). Tren Kuliner yang Tampaknya Akan Berlanjut di Indonesia Sepanjang 2017. Retrieved January 26, 2018 from https://www.vide.com/id_id/article/wnd3qq/tren-kuliner-yang-tampaknya-akan-berlanjut-di-indonesia-sepanjang-2017

Supriyono, Rakhmat. (2010). Desain Komunikasi Visual - Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi.