

PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN MOZHA HANDMADE FACE & BODY SOAP

Carin Joenattan¹, Elisabeth Christine Yuwono², Vanessa Yusuf³

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

Jl. Siwalankerto No. 121-131, Surabaya.

Email: carinjoenattan13@gmail.com

Abstrak

Mozha *Handmade Face & Body Soap* merupakan sabun yang terbuat dari bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia. Permasalahan yang dihadapi oleh brand adalah kemasan sabun Mozha yang belum memiliki ciri khas, kemasan sabun hanya menggunakan label dan tidak tercantum tanggal kadaluarsa. Masalah lainnya adalah sabun tertumpuk sehingga produk menjadi rusak, dan pengiriman ke luar Surabaya menggunakan kardus bekas. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif, metode analisis kemasan *VIEW*, dan analisis *SWOT*. Tujuan perancangan adalah menciptakan kemasan yang dapat melindungi produk sabun, memiliki ciri khas serta memperbaiki permasalahan kemasan Mozha yang sebelumnya.

Kata kunci: Mozha *Handmade Face & Body Soap*, Alami, Desain Kemasan, Sabun, Buatan.

Abstract

Title: *Packaging Redesign of MOZHA Handmade Face & Body Soap*

Mozha Handmade Face & Body Soap is a brand that sells soap made with natural ingredients without using any chemicals. The predicament encountered by the brand is that Mozha soap packaging had not had any notable characteristics and only used labels that did not include the expiration date of the product. Another problem is that the soap was stacked so that the product could get damaged, and shipping outside Surabaya utilized used cardboard. Methods used for this project are the qualitative method, the VIEW packaging analysis method, and SWOT analysis. The purpose of this project is to create packaging that can protect the soap product and have notable characteristics as well as to fix the problems in Mozha's previous packaging.

Keywords: *Mozha Handmade Face & Body Soap, Natural, Packaging Design, Soap, Handmade.*

Pendahuluan

Handmade Soap adalah sabun yang terbuat dari bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan sabun alami terdiri dari minyak, suatu basa kuat (NaOH) dan air. Secara garis besar, minyak berperan sebagai penyedia asam lemak. Asam lemak kemudian bereaksi dengan NaOH membentuk sabun dan gliserin. Pembuatan dari *handmade soap* sangat menarik dan bagian yang paling kreatif adalah pada saat memberikan warna dan menentukan aroma yang akan digunakan pada *handmade soap*. Selain harus menarik, aroma dan warna yang digunakan pada *handmade soap* juga harus unik. (Kesambibali, 2014).

Handmade soap sendiri berbeda dengan *commercial soap*. Hal ini dikarenakan *handmade soap* terbuat dari bahan alami dan tidak menggunakan bahan

kimia berbahaya seperti SLS/SLES, Paraben, dll. Bahan utama dari sabun alami mengandung olive oil, coconut oil, palm oil, dll. Selain itu juga terdapat rempah-rempah dan bahan alami lainnya seperti lavender, kopi, madu, susu, dll sehingga *handmade soap* tidak hanya membersihkan tubuh tetapi juga dapat merawat dan menjaga kulit agar tetap sehat. Sedangkan pada *commercial soap* yang dapat ditemukan di warung atau supermarket bukanlah sabun sebenarnya tetapi mengandung deterjen yang terbuat dari bahan sintesis. Bahan-bahannya berbasis minyak yang keras untuk kulit juga tidak dapat melindungi dan merawat kulit. Bahan sintesis yang terdapat pada sabun komersial juga tidak ramah lingkungan (Novia, August 6, 2019).

Salah satu *brand handmade soap* yang berada di Surabaya adalah *MOZHA Handmade Face & Body*

Soap. MOZHA didirikan pada tanggal 20 Juli 2019. Nama owner dari MOZHA adalah Chuzaematin Novia. MOZHA mempunyai arti "sesuatu yang berarti". Harapannya, sabun *handmade* MOZHA ini dapat memberikan manfaat yang baik untuk penggunaannya. Target Audience dari MOZHA adalah wanita yang berumur 20 hingga 45 tahun, senang merawat kulit, mencari sabun yang terbuat alami, memilih sabun dengan aroma yang harum, dan mempunyai masalah kulit.

Kesulitan yang dihadapi oleh MOZHA *Handmade Soap* adalah belum memiliki kemasan yang layak. Seperti kemasan primer, sekunder, dan tersier. Kemasan dari MOZHA *Handmade Soap* hanya menggunakan plastik wrap dan label yang berisi tulisan MOZHA dan bahan yang digunakan dari pembuatan *handmade soap*. Sehingga bentuk dan warna dari *handmade soap* MOZHA yang unik dan bagus menjadi tidak terlalu terlihat. Ketika ada customer yang membeli 2 atau lebih *handmade soap* dari MOZHA, hanya dimasukkan ke dalam *paper bag* menjadi satu dan tidak memiliki tanggal *expired*. Karena dari kemasan MOZHA yang hanya menggunakan plastik *wrap* dan label membuatnya menjadi kurang menarik dibanding *handmade soap* yang lain.

Kemasan merupakan salah satu hal penting bagi suatu produk. Karena kemasan memiliki desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. (Muchlisin, 2016). Tetapi terdapat beberapa masalah dalam kemasan MOZHA *Handmade Face & Body Soap*. Kegunaan yang dibicarakan di atas belum sepenuhnya dimiliki oleh MOZHA. Dalam hal membungkus dan melindungi MOZHA hanya menggunakan plastik wrap dan label brand MOZHA. Sedangkan dalam hal menyimpan kemasan pada *handmade soap* MOZHA tidak memiliki tanggal *expired*. Dalam proses pengiriman ke luar kota hanya menggunakan kardus bekas yang ada dan untuk produk satuan menggunakan *bubble wrap*. Untuk mengidentifikasi dengan memberikan label MOZHA pada *handmade soap*.

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain kemasan MOZHA *Handmade Face & Body Soap*?

Tujuan Perancangan

Merancang desain kemasan MOZHA *Handmade Face & Body Soap*.

Metode Perancangan

Data yang dibutuhkan untuk menyusun perancangan ini terbagi dalam 2 bentuk yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer didapatkan dari:

- a. Wawancara/*Interview*
Dilakukan dengan menanyakan informasi MOZHA *Handmade Face & Body Soap* yang dapat memberikan informasi dan berbagai keterangan dalam menambah data-data, dan diharapkan dapat membantu dalam proses perancangan serta memperjelas data yang digunakan untuk analisa selanjutnya. Seperti melakukan wawancara/*interview*/survei kepada owner MOZHA *Handmade Face & Body Soap* mengenai jenis produk, manfaat dari masing – masing produk, dan harga dari MOZHA *Handmade Face & Body Soap*.
- b. Observasi
Observasi langsung merupakan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut (Nazir 1988). Observasi langsung yang dilakukan terhadap MOZHA dengan membeli langsung produk dari MOZHA dan melihat kemasan langsung yang dipakai oleh MOZHA. Sehingga dapat diketahui perancangan kemasan yang cocok untuk MOZHA.

Sedangkan data sekunder didapatkan dari:

- a. Internet
Mecari informasi karakteristik desain kemasan dan bahan kemasan untuk MOZHA *Handmade Face & Body Soap*.
- b. Kepustakaan
Mencari informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan MOZHA melalui berbagai media cetak dan data digital. Sumber dapat diperoleh melalui buku, majalah, koran, jurnal, makalah dan sebagainya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif, VIEW dan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats*) digunakan untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman MOZHA *Handmade Face & Body Soap* yang berasal dari produk *handmade soap* lain di pasaran.

Tinjauan Kemasan

Kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk, Kottler dan Armstrong (2012) “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang berarti, kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk.

Kemasan merupakan perlengkapan utama untuk melindungi sebuah produk dan juga berfungsi sebagai bagian dari alat bauran marketing untuk menyampaikan pesan komunikasi grafis dan brand bersama dengan produk itu sendiri langsung kepada konsumen. Dengan kata lain dapat menyampaikan tentang brand idea (Dupuis dan Silva 2008).

Fungsi Kemasan

Menurut Simamora terdapat dua fungsi kemasan yang diberikan kepada suatu produk (Simamora 2007)

- a. Fungsi Protektif ialah sebagai pelindung atau keamanan produk dari hal-hal yang dapat merusak produk, misalnya iklim, proses distribusi, dan lain-lain. Kemasan yang melindungi produk akan mencegah kerusakan dan risiko cacat yang dapat merugikan pembeli ataupun penjual.
- b. Fungsi Promosional ialah sebagai media promosi atau pemasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat kemasan yang menarik, baik dari sisi desain, warna, ukuran, dan lain-lain

Secara umum, terdapat empat fungsi kemasan sebagai satu alat pemasaran (Putra, November 21, 2019)

- a. *Self service* ialah kemasan semakin berfungsi lebih banyak lagi dalam proses penjualan, dimana kemasan harus menarik, menyebutkan ciri-ciri produk, meyakinkan konsumen dan memberi kesan menyeluruh yang mendukung produk.
- b. *Consumer affluence* ialah konsumen bersedia membayar lebih mahal bagi kemudahan, penampilan, ketergantungan dan prestise dari kemasan yang lebih baik.
- c. *Company and brand image* ialah perusahaan mengenal baik kekuatan yang dikandung dari kemasan yang dirancang dengan cermat dalam mempercepat konsumen mengenali perusahaan atau merek produk.
- d. *Inovational opportunity* ialah kemasan yang inovatif akan bermanfaat bagi konsumen dan juga memberi keuntungan bagi perusahaan.

Tujuan Kemasan

Menurut (Louw dan Kimber 2007) terdapat tujuh tujuan dibuatnya kemasan suatu produk.

- a. *Physical Production* ialah melindungi produk atau barang dari suhu, getaran, guncangan, tekanan dan sebagainya.
- b. *Barrier Protection* ialah pemasangan kemasan pada suatu produk atau barang bertujuan untuk melindunginya dari hambatan oksigen uap air, debu dan lain sebagainya.
- c. *Containment or Agglomeration* ialah pengemasan barang dengan tujuan untuk mengelompokkan sehingga proses penanganan dan transportasi menjadi lebih efisien.
- d. *Information Transmission* ialah pada kemasan dicantumkan mengenai cara menggunakan transportasi, daur ulang, dan membuang kemasan atau label tersebut.
- e. *Reducing Theft* ialah pemasangan kemasan pada produk/ barang yang bertujuan untuk mencegah pencurian dengan melihat kerusakan fisik pada kemasan.
- f. *Convenience* ialah fitur yang menambah kenyamanan dalam distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, kembali penutup, penggunaan dan digunakan kembali.
- g. *Marketing* ialah desain kemasan dan label dapat dimanfaatkan oleh pemasar untuk mendorong calon pembeli untuk membeli produk.

Data Produk

Jenis Produk

Jenis produk yang dihasilkan MOZHA *Handmade Face & Body Soap* merupakan sabun batang yang dibuat secara *handmade*.

Merk/Brandname

Nama merek pada produk ini adalah Mozha. Kata Mozha yang mempunyai arti, yaitu “sesuatu yang berarti”.

Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk yang ada di MOZHA *Handmade Face & Body Soap* adalah 10 jenis produk yang dimiliki MOZHA *Handmade Face & Body Soap*, yaitu *Goatmilk & Honey, Charcoal, Milkberry, Chocolate, Coffee, Lavender, Matcha Latte,*

Rosemary, Spirulina, dan Rice Milk. Berat yang dimiliki produk Mozha adalah 105-110gr dan 65-70 gr. Harga dari produk Mozha dimulai dari Rp 15.000,- sampai dengan Rp 25.000,-.

Diferensiasi

Produk yang dibuat secara *handmade* dengan bahan-bahan alami tanpa memakai bahan kimia sehingga aman digunakan untuk wajah, badan, bumil, dan busui.

USP

Sabun yang memiliki sifat kealamian dan menjadi sumber kehidupan (memiliki banyak manfaat). “gunakan dan nikmati” (*use it and enjoy it*).

Positioning

Sabun yang terbuat dari bahan alami serta ramah untuk dipakai dengan memberikan efek gentle dan detoxify pada kulit. Disesuaikan dengan karakteristik produk yang dibuat dari bahan-bahan alami.

Konsumen

- Demografis
 - Umur: 20-45 tahun
 - Jenis Kelamin: Wanita
 - Status Ekonomi: SES B
- Geografis

Masyarakat yang bertempat tinggal di Surabaya dan juga berada di luar kota, yang melakukan pembelian produk dapat melalui online yaitu Shopee, Tokopedia dan Bukalapak.
- Psikografis

Konsumen dari *MOZHA Handmade Face & Body Soap* memiliki gaya hidup yang mengutamakan atau menyukai produk yang terbuat dari bahan – bahan alami tanpa menggunakan bahan pengawet untuk dirinya sendiri.
- Behavioral

Senang mengoleksi *handmade soap*, senang merawat kulit, tertarik membeli sabun yang beraroma, membeli barang sesuai dengan harga dan senang merawat diri.

Wilayah Pemasaran

Wilayah operasional pemasaran *MOZHA Handmade Face & Body Soap* untuk sekarang ini hanya di Surabaya melalui online atau bisa datang ke rumah *owner* langsung. Pemasaran *MOZHA* juga

dapat dijangkau di luar kota dengan menggunakan Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan Whatshapp.

Sistem Pemasaran/Distribusi

Sistem pemasaran/distribusi yang dilakukan oleh *MOZHA* dilakukan secara sederhana. Sistem pemasaran/distribusi *MOZHA* untuk sekarang hanya menggunakan gadget/hp melalui Instagram, dengan memanfaatkan fitur insta ads yang disediakan oleh Instagram dan mempromosikan sabun *MOZHA* melalui story dan post sehingga masyarakat dapat melihat dan mengunjungi Instagram *MOZHA*. Tidak hanya dengan insta ads, *MOZHA* juga melakukan Endorse (idhaaw, okyyudistari) dan Selebgram. Selain Instagram, *MOZHA* juga menggunakan aplikasi Shopee, Tokopedia, Bukalapak agar masyarakat yang berada diluar kota juga dapat membeli sabun *MOZHA* dengan rasa aman.

Data Visual Produk/Kemasan



Gambar 1. Kemasan Primer yang Digunakan *MOZHA Handmade Face & Body Soap*



Gambar 2. Kemasan Sekunder dan Primer yang Digunakan *MOZHA Handmade Face & Body Soap*

Analisis Data

Analisis Tujuan *Brand Positioning*

Brand positioning *MOZHA Handmade Face & Body Soap* ialah menunjukkan *MOZHA* sebagai

merek sabun yang dibuat secara *handmade* dan menggunakan bahan-bahan alami. *Logogram* yang terdapat pada logo MOZHA sendiri berupa gambar wanita yang menggambarkan target *audience*, gambar daun yang menggambarkan kelamian dan gambar bulat menggambarkan *detoxify*. Warna hijau pada logo untuk menunjukkan kesan yang alami, ramah untuk dipakai, sehat dan dalam pemakaian produk melambangkan rileks pada produk MOZHA, sedangkan warna cream untuk menunjukkan fungsi dari sabun MOZHA yang *gentle*. Sehingga hal ini dimaksudkan untuk membentuk image produk yang ramah digunakan serta *gentle*, dan *detoxify* untuk kulit dan baik. Tetapi dalam hal ini, kurang didukung dalam bahan desain kemasan karena bahan yang digunakan pada desain kemasan tidak dapat melindungi produk, harum pada masing-masing varian masih dapat tercampur ketika konsumen membeli 2 atau lebih karena langsung dimasukkan kedalam *paper bag* menjadi satu yang memiliki material yang mudah sobek, dan tidak dimasukkan penulisan tanggal *expired* dalam informasi produk.

Analisis Kategori Produk

Perancangan ini mengangkat produk sabun MOZHA yang memiliki berbagai varian yang terdiri dari *goatmilk & honey, coffee, charcoal, lavender, chocolate, milkbery, matcha latte, ricemilk, rosemary, spirulina*. Produk pada setiap varian memiliki manfaat masing-masing. Ditinjau dari segi harga, produk MOZHA *Handmade Face & Body Soap* termasuk dalam kategori produk SES B.

Analisis Kompetitor

Tabel 1. Analisis SWOT MOZHA Handmade Face & Body Soap dan kompetitor

	MOZHA Handmade Face & Body Soap	Ara Handmade Soap	Soapforus Handcrafted Soap
<i>Strenght</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengutamakan pembuatan sabun dengan bahan alami. - Memiliki banyak variasi bentuk dan warna yang unik. - Tidak menggunakan SLS/Paraben - Busa yang dihasilkan lembut. - Terdapat penambahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan bahan alami yang dapat melembutkan kulit. - Tidak memakai SLS/Paraben. - Kemasan menggunakan material <i>pouch</i> yang kuat dan dapat dipakai kembali 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan bahan alami dan 70% olive oil sehingga dapat melembutkan kulit. - Memiliki <i>package deal</i> dan kemasan pada <i>package deal</i> menggunakan material <i>knitted</i> yang dapat melindungi sabun.

	<ul style="list-style-type: none"> n bahan aditif yang baik untuk kulit. - Harga produk murah dibanding kompetitor 		<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat ukiran disabun
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan primer menggunakan material label yang mudah rusak dan mudah ditiru. - Kemasan label mudah lepas dari sabun. - Kemasan sekunder <i>paper bag</i> mudah robek. - Kemasan tersier menggunakan kardus bekas. - Pada kemasan tidak diberi tanggal <i>expired</i>. - Pencampuran sabun ketika konsumen membeli 2 atau lebih, harum dari varian menjadi tercampur 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang relatif lebih mahal. - Penggunaan warna dan bentuk pada sabun setiap varian hampir sama sehingga kurang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk lumayan mahal. - Bentuk kemasan mudah ditiru produsen lain
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Prinsip MOZHA berbeda dengan soaper lainnya yang ingin memberikan sabun yang <i>gentle</i>, dan <i>detoxify</i>. - Memiliki peluang mengikuti acara, event atau souvenir <i>wedding</i> dan ulang tahun. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah dikenal masyarakat luas. - Pernah mengikuti event-event di Sidoarjo dan Surabaya 	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki peluang mengikuti acara, event atau souvenir <i>wedding</i> dan ulang tahun.

Analisis VIEW

Ditinjau dari segi kemasan, desain kemasan pada produk MOZHA *Handmade Face & Body Soap* yang ada saat ini, memiliki beberapa tampilan utama

yang dapat diuraikan menggunakan analisa kemasan model *VIEW* sebagai berikut:

a. *Visibility* (tampilan)

Dilihat dari segi tampilan utama kemasan, desain kemasan yang dibuat oleh *MOZHA Handmade Face & Body Soap*, dibuat dengan tampilan yang sama dengan produk kompetitor *Soapforus*, yaitu dengan diberikan label di sabun. Desain yang digunakan pada *MOZHA* masih sederhana. Tidak sesuai dengan prinsip yang dimiliki *MOZHA* yaitu *luxurious*. dan kurang dapat melindungi produk.

b. *Information* (informasi)

Informasi yang disertakan dalam kemasan primer pada *MOZHA* hanya menyertakan nama merek, nama varian, komposisi dan cara pemakaian pada sabun yang besar. Tetapi, informasi kemasan yang belum ada mengenai tanggal *expired* tidak terdapat di dalam kemasan dan cara pemakaian pada sabun ukuran kecil tidak terdapat dalam kemasan.

c. *Emotional Appeal* (daya tarik emosional)

Penggunaan kemasan menggunakan label memang menunjukkan kesan bentuk sabun yang dimiliki *MOZHA* yang dapat terlihat. Namun kemasan ini masih belum dapat membuat konsumen untuk membeli ini terlihat dari riset dan analisa yang dilakukan dengan melihat penggunaan material desain kemasan yaitu, label yang mudah terlepas dari sabun ini sendiri. Selain itu, sudah banyak soaper lain yang sudah menggunakan bentuk label dan setelah melakukan riset dengan memberikan beberapa contoh desain kemasan yang disukai *target audience*.

d. *Workability* (pembuatan dan penyimpanan)

Dari segi cara pembuatan kemasan, secara umum pembuatan kemasan *MOZHA Handmade Face & Body Soap* cukup mudah untuk dibuat oleh soaper lain yaitu label. Akan tetapi terdapat beberapa kelemahan dengan material yang dipakai. Label yang ada pada kemasan *MOZHA* mudah terlepas karena longgar dan material kemasan yang mudah robek maupun ketika dibawa konsumen atau diantar ke konsumen yang berada di Surabaya apabila terkena hujan. Baik untuk kemasan primer, sekunder dan tersier bersifat mudah rusak. Kemasan tersier pada *MOZHA* hanya menggunakan material kardus bekas sehingga mengalami resiko kerusakan lebih besar.

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan kemasan ini adalah untuk menciptakan kemasan pada produk *MOZHA Handmade Face & Body Soap* yang menarik sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada pada kemasan *MOZHA* yang digunakan saat ini dan membuat kemasan yang inovatif dan fungsional seperti kemasan primer yang hanya menggunakan plastik *wrap* dan label, kemasan sekunder yang menggunakan *paper bag* dengan material yang mudah sobek pada bagian tangan apabila tidak dibawa secara hati-hati dan pada bagian ujung bawah, kemasan tersier yang menggunakan kardus bekas.

Brand Positioning

Sabun yang terbuat dari bahan alami serta ramah untuk dipakai dengan memberikan efek *gentle* dan *detoxify* pada kulit.

Brand Identity

Pada perancangan desain kemasan, identitas merek yang akan ditampilkan dalam kemasan ini adalah produk sabun yang terbuat dari bahan alami serta ramah untuk dipakai. Memberikan sabun yang *gentle* dan *detoxify*.

Brand Image

Brand image yang akan ditonjolkan kepada konsumen adalah *MOZHA* sebagai produk sabun yang benar-benar dibuat dengan bahan alami tanpa memakai bahan kimia yang ramah ketika dipakai sehingga dapat memberikan manfaat yang baik untuk kulit konsumen. Selain itu juga memberikan sabun yang *gentle*, dan *detoxify*.

Bahan/Material Desain Kemasan

Pada perancangan ini, bahan material dasar kemasan yang digunakan pada kemasan primer adalah bahan material yang terbuat dari *eco pouch* yang dapat digunakan konsumen untuk meletakkan kembali sabun yang sudah digunakan dan pada luar kemasan diberikan label menggunakan kertas linen. Kemasan sekunder menggunakan kertas *art carton*. Kemasan tersier untuk *paper bag* menggunakan kertas *blues white* dan untuk pengantaran ke luar kota menggunakan kotak dari bahan *corrugated e-flute*. Kemasan untuk event menggunakan bahan dari kertas *artpaper* dan ketika dibuka didalam terdapat *cutting* sesuai dengan event yang ditentukan. Kemasan paket menggunakan bahan *artpaper* dan pada label menggunakan bahan *art carton*. Kemasan souvenir menggunakan bahan dari kertas *artpaper*.

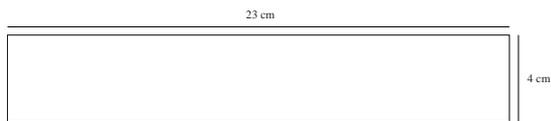
Gaya Visual

Gaya visual yang akan digunakan untuk kemasan MOZHA sesuai dengan wawancara yang dilakukan secara langsung dan keunggulan yang dimiliki MOZHA yaitu simpel, alami dan klasik. Serta menampilkan elemen masing-masing varian.

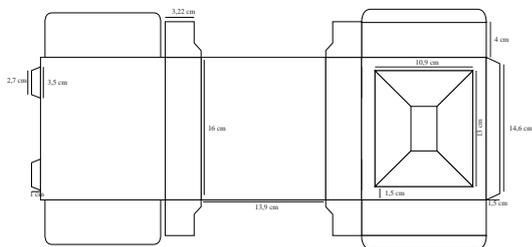
Merek/Logo/Brandname

Merek yang digunakan masih mempertahankan merek sebelumnya yaitu MOZHA *Handmade Face & Body Soap*. Logo yang digunakan pada MOZHA sebelumnya tidak memenuhi *brand positioning* dari MOZHA sehingga logo diganti dengan mengikuti *brand positioning* dari MOZHA.

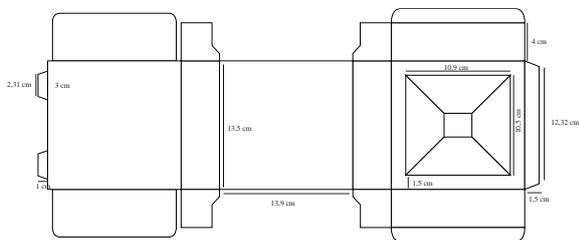
Komprehensif Desain



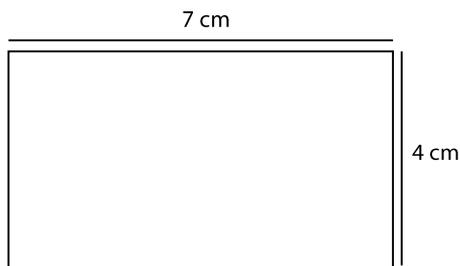
Gambar 3. Pola Jaring Label Kemasan Primer 105-110 gr dan 65-70



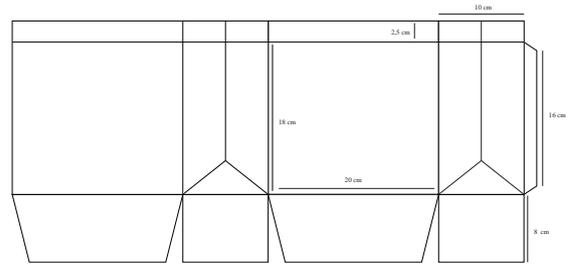
Gambar 4. Pola Jaring Kemasan Sekunder 105-110 gr



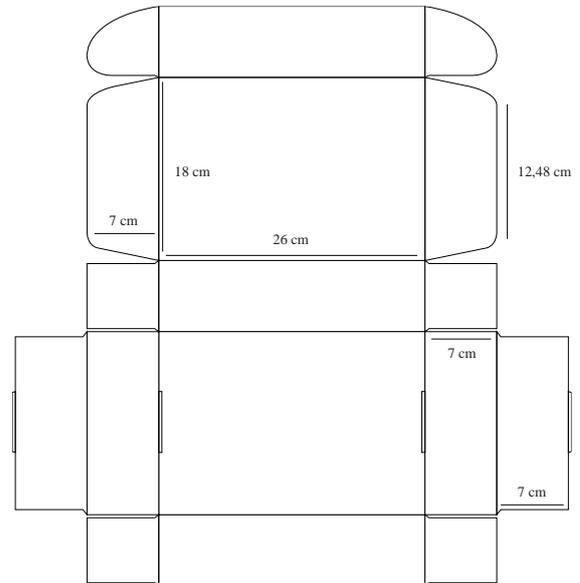
Gambar 5. Pola Jaring Kemasan Sekunder 65-70 gr



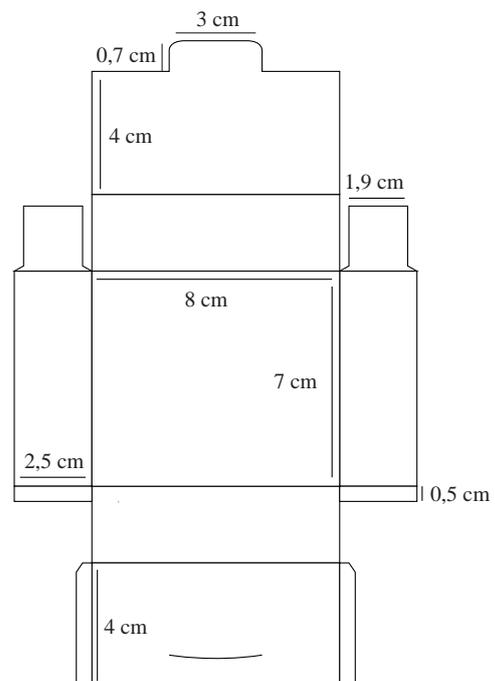
Gambar 6. Pola Jaring Label Kemasan Sekunder



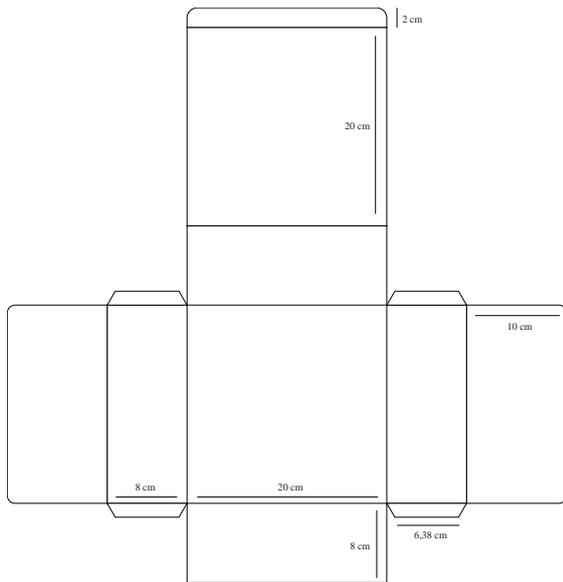
Gambar 7. Pola Jaring Kemasan Tersier Paper bag



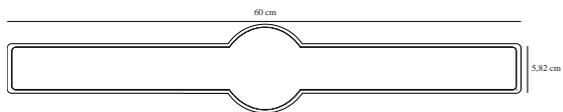
Gambar 8. Pola Jaring Kemasan Tersier Box



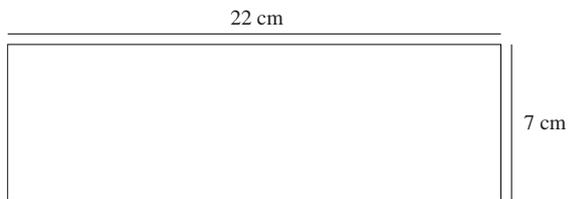
Gambar 9. Pola Jaring Kemasan Souvenir



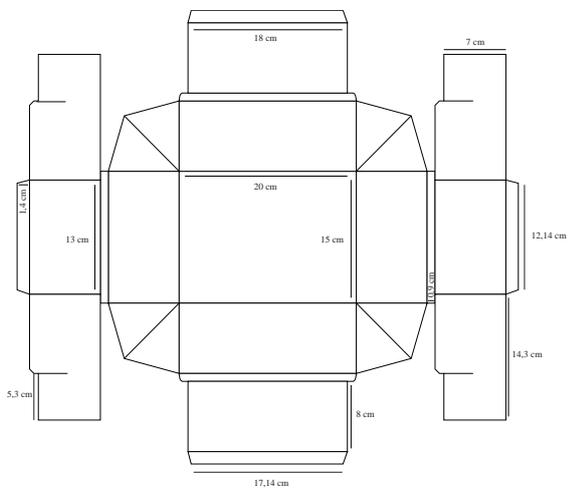
Gambar 10. Pola Jaring Kemasan Paket



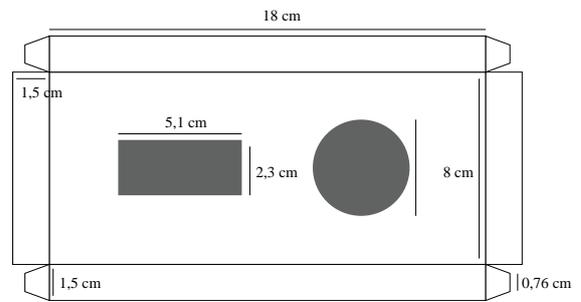
Gambar 11. Pola Label Kemasan Paket



Gambar 12. Pola Label Handuk



Gambar 13. Pola Jaring Kemasan Event



Gambar 14. Pola Jaring Alas Dalam Kemasan Event

Final Desain



Gambar 15. Final Desain Kemasan Primer



Gambar 16. Final Desain Eco Pouch Kemasan Primer



Gambar 17. Final Desain Kemasan Sekunder



Gambar 20. Final Desain Kemasan Paket

Gambar 18. Final Desain Kemasan Tersier Paper Bag



Gambar 19. Final Desain Kemasan Tersier Box

Gambar 21. Final Desain Kemasan Souvenir



Gambar 22. Final Desain Kemasan Event



Gambar 23. Final Desain Kartu Nama



Gambar 24. Final POP

Kesimpulan

Seiring berkembangnya zaman, semakin banyak bisnis handmade soap yang bermunculan dimana-mana membuat persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mengatasi dan membedakan brand terhadap persaingan yang ada adalah dengan membuat desain kemasan. Apabila kemasan didesain secara atraktif dan memiliki fungsi atau inovasi, kemasan sebuah produk dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kemasan juga dapat menjadi ciri khas atau identitas sebuah produk, mencitrakan dirinya sendiri.

Fungsi utama perancangan desain kemasan MOZHA *Handmade Face & Body Soap* adalah memperbaiki permasalahan yang ada pada kemasan MOZHA, salah satunya yaitu, untuk melindungi produk dari tumpukan pada saat konsumen membeli beberapa varian MOZHA yang hanya langsung dijadikan dan dimasukkan ke dalam paper bag menjadi satu, melindungi produk pada saat pengantaran ke konsumen dari benturan dan guncangan saat pengiriman, dan meningkatkan penjualan serta kepercayaan konsumen terhadap produk.

Melalui perancangan ini, diharapkan desain kemasan MOZHA *Handmade Face & Body Soap* dapat menjawab segala permasalahan yang ada. Kemasan didesain sesuai dengan kriteria kemasan yang baik melalui inovasi pada beberapa kemasan, fungsi pada kemasan seperti pada kemasan primer dan ide pengembangan penambahan barang seperti lilin dan *body lotion* untuk MOZHA yang dapat menarik minat target untuk membeli seluruh produk MOZHA.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, arahan, masukan atau saran dan dukungan selama pengerjaan Tugas Akhir sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberkati penulis selama mengerjakan dan melaksanakan laporan Tugas Akhir.
2. Ibu Elisabeth Christine Y., S.Sn., M.Hum. dan Ibu Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama proses pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.
3. Bapak Deddi Duto H., S.Sn., M.Si. dan Ibu Rebecca Milka N.B., S.Sn., M.Ds. selaku dosen penguji yang menguji selama proses sidang Laporan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.

4. Chuzaematin Novia, sebagai pemilik MOZHA *Handmade Face & Body Soap* yang telah mengizinkan, mempercayakan, dan membantu terwujudnya Laporan Tugas Akhir.
5. Teman-teman dari kelompok 9 yang sudah memberikan dukungan dan memberikan berbagai informasi selama pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.
6. Teman-teman dekat penulis yang sedang sama-sama berjuang mengerjakan skripsi yang tidak pernah lupa menyemangati penulis selama proses pengerjaan Laporan Tugas Akhir.
7. Orang tua serta saudara yang telah memberikan dukungan secara moral sehingga Perancangan Tugas Akhir ini dapat berhasil dengan baik.
8. X-sys digital printing yang sangat membantu dalam proses percetakan pada kemasan.
9. Teman-teman dan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah senantiasa mendukung dan memberikan semangat selama proses pengerjaan Tugas Akhir.

Daftar Pustaka

- Dupuis, S., John S. (2008). *Package design workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. United States of America: Rockport Publisher Inc.
- Kesambibali. (2014, October 22). What is natural soap. Retrieved from <https://kesambibali.wordpress.com/2014/10/22/what-is-natural-soap-apa-itu-sabun-alami/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Louw, A. & Kimber, M. (2007). *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.
- Muchlisin, R. (2016, October 29). Pengertian fungsi, tujuan dan jenis kemasan. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>
- Novia, C. (2019, August 6). Why handmade soaps are better than commercial soaps. Retrieved from https://www.instagram.com/mozha_id/?hl=id

Putra. (2019, November 21). Pengertian kemasan: Fungsi, tujuan & jenis kemasan produk (packaging). Retrieved from <https://salamadian.com/kemasan/>

Simamora, Bilson. (2007). Panduan riset dan perilaku konsumen. Jakarta: Gramedia.