

# PERANCANGAN *BRAND* DAN KEMASAN PENGANAN TOKO KUE D'EN C SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KOTA MAKASSAR

Chessie Churchill<sup>1</sup>, Listia Natadjaja<sup>2</sup>, Rika Febriani<sup>3</sup>

1,2,3. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Siwalankerto  
121-131, Surabaya 60236

Email: chessie\_churchill@yahoo.com

## Abstrak

Toko Kue D'en C adalah salah satu UMKM yang memproduksi produk oleh-oleh khas Kota Makassar sejak tahun 2012. Produk oleh-oleh yang dijual diantaranya kue Lapis Legit, kue Bolu Gulung, kue Pia dan *Almond Crispy*. Perancangan ini bertujuan untuk menjawab berbagai permasalahan yang ditemukan dalam *brand* dan kemasan Toko Kue D'en C yaitu belum menampilkan identitas sebagai oleh-oleh khas Kota Makassar, konsumen sulit mengingat nama *brand*, kurangnya informasi dalam kemasan produk, kemasan rentan merusak isi produk, dan tidak ada perbedaan *brand* dan kemasan dengan kompetitor. Oleh karena itu, dalam perancangan ini dilakukan *renaming brand*, penggantian bahan dan pola kemasan, penambahan informasi produk, serta pembuatan media promosi digital. Perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan citra, kualitas dan nilai jual produk oleh-oleh Kota Makassar Toko Kue D'en C.

**Kata kunci:** *Brand*, Kemasan, UMKM D'en C, Oleh-Oleh, Kota Makassar

## Abstract

**Title:** *Scheme for the Brand and Packaging of Snacks in D'en C Cake Shop Promoted as Speciality Souvenirs of Makassar*

*The D'en C Cake Shop is one of the small-medium enterprises (SME) that produces souvenir products of the city of Makassar since 2012. The souvenirs products include Lapis Legit cakes, Roll cakes, Pia cakes, and Almond Crispy. This design aims to answer the various problems found in the brand and packaging D'en C Cake Shop, which are its un-showing identity as the souvenir of Makassar, its hard to remember the brand name, lack of information in product packaging, packaging vulnerability can damage the contents of the product, and its lack of brand and packaging uniqueness compared to its competitors. In light of this problem, this design plan will provide some solutions, such as renaming the brand, replacing the packaging materials and patterns, adding product information, and creating digital promotional media for the brand. This design is expected to improve the image, quality, and selling value of the products by Makassar City D'en C Cake Shop.*

**Keywords:**

*Brand, Packaging, SME D'en C, Souvenir Products, Makassar City*

## Pendahuluan

Kota Makassar merupakan kota utama, atau kota metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur. Kota yang dulunya bernama Ujung Pandang ini pernah menjadi ibukota Negara Indonesia Timur. Ibu kota provinsi Sulawesi Selatan ini bisa dibilang, menjadi gerbang utama menuju kawasan lain di Sulawesi dan Indonesia Timur. Bandar Udara Hassanudin, menjadi persinggahan pesawat ke seluruh destinasi di Sulawesi, Maluku dan Papua. Kota Makassar terkenal dengan kekayaan wisata sejarah, budaya dan kulinernya. Kota seluas 199,26

km persegi ini menjadi rumah bagi etnis Bugis, Toraja, Mandar, Buton, Jawa, dan Tionghoa. Keragaman dan perjalanan sejarah Makassar inilah yang membuat Makassar kaya dengan *landmark* kota dan wisata yang menarik. Kota Makassar memiliki berbagai oleh-oleh yang khas seperti Mantao Pare, kue Pia, Sirup Buah Markisa, Kopi Khas Toraja, kue Bannang-bannang, kue Dangke, kue Baruasa, dan kacang sembunyi (Dinas Komunikasi, 2018).

Menurut Bondan Winarno, salah satu pengamat kuliner terkemuka di Tanah Air, Indonesia mempunyai budaya yang mendukung dalam hal ini. Yakni kebiasaan membawa 'buah tangan' berupa

makanan apabila berkunjung di suatu tempat. Bondan juga mengatakan bahwa ketika Beliau berkunjung ke kota-kota yang ada di Indonesia, rata-rata Ia akan membeli oleh-oleh khas daerah itu, sehingga oleh-oleh merupakan bisnis yang sangat besar. Dengan potensi bisnis yang menjanjikan, banyak produsen-produsen baru yang menggeluti bisnis semacam ini dalam skala kecil seperti UKM (usaha kecil menengah) (PT.Lantabura Media, 2020).

Salah satu produsen yang menggeluti bisnis panganan Kota Makassar adalah Toko Kue D'en C. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2009 oleh Ibu Lie Min Ching atau lebih dikenal dengan nama Mei. Berawal dari hobi membuat kue, Ibu Mei memulai usahanya dengan memproduksi kue basah seperti *black forest*, *cheese cake*, *tiramisu* di rumah. Kemudian berlanjut memperbanyak varian kue seperti kue kering, *cupcake*, dan berbagai agar-agar hingga pada tahun 2012 Toko Kue D'en C memproduksi panganan sebagai oleh-oleh dari Makassar seperti kue Pia, kue Bolu Gulung, *Almond Crispy* dan Lapis Legit.

Toko Kue D'en C selama 10 tahun lebih belum memiliki logo dan desain kemasan yang memenuhi kriteria desain yang baik, dalam segi *layout*, warna, tipografi, bentuk dan informasi. Konsumen banyak memberi masukan kepada Ibu Mei untuk memperhatikan kemasan karena sangat disayangkan produk yang terjual tidak memiliki label *brand*. Padahal pada kemasan oleh-oleh *brand* sangat diperhatikan karena konsumen mengingat *brand* tertentu ketika membeli oleh-oleh. Kemasan Pia dalam segi pola lipat kurang efisien dan sulit untuk dibuka tetapi untuk ukuran dan bentuk sudah cukup kokoh. Penataan informasi dan elemen visual belum tepat sehingga sulit dibaca. Kemasan *Almond Crispy* berbahakan plastik yang tipis juga rentan merusak isi produk. Kemasan kue Bolu Gulung menggunakan plastik mika dan sulit untuk dibuka karena disegel menggunakan staples. Kemasan kue Bolu belum memiliki *brand* dan informasi yang jelas. Kemasan kue Lapis Legit menggunakan plastik wrapping dan menggunakan kotak kue yang umum dijual di toko kemasan, hal ini menjadikan produk tidak dapat dibedakan dengan kompetitor lainnya.

Media promosi yang telah dilakukan adalah dari mulut ke mulut dan menitipkan ke kios oleh-oleh sehingga minim dikenal oleh pembeli baru. Sebagian besar produk oleh-oleh yang diproduksi merupakan kue modern yang banyak dijadikan konsumen sebagai buah tangan ketika bepergian ke kota lain, sehingga mendorong pemilik untuk memperkenalkan produknya sebagai oleh-oleh khas Kota Makassar.

Sehubungan dengan permasalahan di atas, akan dilakukan redesain logo dan inovasi kemasan panganan Toko Kue D'en C, sehingga produk dengan resep yang khas ini dapat memiliki citra/image yang baik. Di samping itu, tetap

menjamin keamanan pengonsumsi produk yang ada di dalamnya, serta cocok untuk dijadikan oleh-oleh.

## Metode Penelitian

Dalam perancangan ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

#### a. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung ditujukan kepada pengelola Toko Kue D'en C, kompetitornya dan beberapa wisatawan yang berkunjung ke Kota Makassar. Informasi yang ingin didapatkan berupa sejarah dan citra produk yang ingin ditonjolkan dalam pembuatan *brand*, kelebihan dan kekurangan kemasan yang sudah ada sekarang, motivasi dan perilaku *target audience* dalam mengambil keputusan pembelian panganan Toko Kue D'en C sebagai oleh-oleh khas Makassar.

#### b. Observasi

Observasi dilakukan antara lain dengan mengamati produk-produk unggulan khas Kota Makassar yang ada. Pengamatan meliputi bentuk dan elemen visual yang khas kota Makassar yang terdapat pada kemasan produk unggulan, kelemahan dan kelebihan kemasan produk yang lain. Melalui pengamatan tersebut akan diperoleh data mengenai pemilihan bahan dan visual desain yang sesuai yang dapat menunjukkan nilai khas kota Makassar. Dengan begitu, diharapkan desain kemasan panganan Toko Kue D'en C dapat menjadi produk unggulan oleh-oleh khas kota Makassar.

### 2. Data Sekunder

#### a. Studi Pustaka

Bacaan-bacaan tentang teori dan penelitian yang memberikan informasi untuk mengenali beberapa jenis kemasan yang bernilai lokal, ramah lingkungan dan efisien bagi turis asing maupun pengunjung lokal. Dalam penelitian ini dapat kita dapatkan informasi dari buku-buku yang mereferensikan jenis-jenis kemasan bernilai lokal.

#### b. Internet

Data-data yang terjamin kebenarannya yang dapat memberikan informasi mengenai berbagai panganan oleh-oleh dan Kota Makassar beserta nilai lokal yang ada. Melalui internet juga diharapkan dapat memperoleh data mengenai perkembangan penjualan dan pengenalan panganan oleh-oleh yang tengah terjadi saat ini.

## Alat/ Instrumen Pengumpulan Data

Beberapa alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah *google form*, kamera, alat tulis, telepon genggam, serta laptop.

## Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis *SWOT* (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*).

## Analisis Data

### Analisis Produk

#### 1. Kue Pia



**Gambar 1. Kemasan Kue Pia**

Kue pia memiliki varian rasa coklat, keju, kacang hijau, serta durian. Kue Pia Toko Kue D'en C memiliki isian yang diproduksi sendiri dan memiliki kulit berlapis yang renyah ketika digigit. Bentuk kue Pia berupa bola pipih yang berukuran diameter 5 cm dan memiliki ketebalan hingga 2,5 cm. Komposisinya melingkupi terigu, gula, air, minyak, telur, isian (keju, kacang hijau, coklat, durian). Satu kotak kue Pia dijual seharga dua puluh lima ribu rupiah yang berisi 8 buah. Informasi yang tertera pada kemasan adalah nama produk, *brand*, komposisi, tanggal kadaluarsa, ijin BPOM, varian rasa. Bahan kemasan primer menggunakan plastik dan kemasan sekunder berbahan kertas dupleks dengan jendela plastik.

Penjualan produk kue Pia di toko oleh-oleh sebanyak 630 – 800 kotak dalam sebulan. Setiap bulan, pendistribusian kue Pia hingga ke beberapa toko oleh-oleh yang ada di Makassar, diantaranya sebanyak 150 hingga 250 kotak di Toko Cahaya, 150 hingga 200 kotak di Toko Indonesia, 40 kotak di Toko Toraja, 60 kotak di Toko Panorama, 30 kotak di Toko Cakrawala. Untuk penjualan di toko sendiri mencapai 10 kotak per hari. Biasanya konsumen menelpon pemilik untuk mengirimkan kue Pia ke daerah menggunakan jasa pengiriman paket. Harga satu kotak kue Pia adalah 25 ribu rupiah.

#### 2. Kue Lapis Legit



**Gambar 2. Kue Lapis Legit**

Kue Lapis Legit memiliki dua varian rasa yaitu buah kering dan buah Prunes. Kelebihan dari kue Lapis Legit D'en C adalah menggunakan kacang kenari untuk memberi tekstur renyah dan garing. Bentuk kue Lapis legit adalah beberapa lembar kue yang berbentuk balok yang berukuran 24 cm x 8 cm x 7 cm. Bahan yang digunakan adalah telur, gula, buah kering/buah prunes, kenari, mentega. Satu kotak kue dijual seharga dua ratus lima puluh ribu rupiah. Bahan kemasan yang digunakan adalah kertas dupleks dengan papan alas kue yang berlapis kertas perak.

Kue Lapis Legit adalah produk yang diproduksi sesuai pesanan, jumlah permintaan yang bertambah banyak. Penjualan mencapai 5 buah dalam satu bulan dan pada hari raya natal, tahun baru Imlek, Idul Fitri mencapai 12 buah per hari. Pemilik toko melihat potensi kue Lapis Legit sebagai buah tangan sehingga akan diproduksi sebagai oleh-oleh Makassar.

#### 3. Kue *Almond Crispy*



**Gambar 3. Kemasan Almond Crispy**

*Almond Crispy* terdiri dari tiga varian rasa, yaitu keju, coklat, dan teh hijau. Perbedaan *Almond Crispy* Toko Kue D'en C dengan tempat lain adalah Komposisi *Almond* yang lebih banyak hingga lebih terasa. Bentuk *Almond Crispy* adalah lingkaran pipih berukuran 8 cm. Bahan yang digunakan dalam pembuatan *Almond Crispy* diantaranya tepung, gula, telur, mentega, *almond*, keju/ coklat/ teh hijau.

Harga satu kaleng setinggi 10 cm (40 – 45 buah) adalah enam puluh ribu rupiah. Pada kemasan terdapat informasi produk berupa nama produk, *brand*, tanggal kadaluarsa, ijin BPOM, komposisi. Kemasan berbahan mika plastik yang terlapis stiker. Penjualan Almond Crispy mencapai 200 toples dalam sebulan di Toko Cahaya.

#### 4. Kue Bolu Gulung



**Gambar 4. Kemasan Bolu Gulung**

Kue Bolu Gulung memiliki berbagai varian rasa, yaitu *crunchy*, nanas, stroberi, *blueberry*, ovomaltine, fla keju. Rasa terfavorit dari konsumen adalah rasa *crunchy* karena terdapat butiran karamel dengan selai coklat. Bentuk kue bolu gulung adalah silinder berukuran 20 cm dengan diameter 8-10 cm. Komposisi kue Bolu Gulung adalah tepung, telur, mentega, gula, selai (coklat *crunchy*, nanas, stroberi, *blueberry*, Ovomaltine, fla keju). Harga satu gulung kue berkisar tiga puluh ribu rupiah hingga empat puluh lima ribu rupiah tergantung varian rasa yang dipilih. Bahan kemasan yang digunakan adalah plastik mika.

Penjualan kue Bolu Gulung di toko mencapai 30 gulung dalam satu hari. Dikarenakan banyaknya konsumen yang membawa produk Bolu Gulung sebagai buah tangan untuk dikonsumsi bersama keluarga, kue Bolu Gulung ini akan dikemas sebagai produk oleh-oleh dari Kota Makassar.

#### Analisis Konsumen

Pembeli kue di Toko Kue D'en C dan pengunjung toko oleh-oleh di Kota Makassar sebagian besar berjenis kelamin wanita berusia sekitar 30-50 tahun yang sedang berada di kota Makassar. Konsumen bekerja sebagai ibu rumah tangga atau pekerja kantor dengan strata ekonomi menengah hingga menengah ke atas. Memiliki hobi *travelling*, senang bersosialisasi, berani mencoba berbagai tempat kuliner, menggunakan sosial media, senang dengan produk yang bernuansa kedaerahan.

#### Sistem Pemasaran

Pendistribusian kue Pia dan *Almond Crispy* hingga ke berbagai toko oleh-oleh di Kota Makassar. Kue Bolu Gulung dan kue Lapis Legit dijual di toko sendiri. Konsumen juga dapat menelpon toko untuk melakukan pengantaran maupun pengiriman kue ke berbagai daerah. Untuk promosi online menggunakan Instagram, *Facebook*, *Whatsapp*, dan Gojek. Untuk media digital belum berjalan dengan efektif.

#### Analisis Kompetitor

Berdasarkan kemiripan jenis produk dan kemiripan harga yang ditawarkan toko oleh-oleh yang sudah dikenal baik oleh wisatawan, maka kompetitor utama yang diangkat adalah Pia Mirah dan Makassar Baklave. Berikut adalah tabel perbandingan kompetitor dan Toko Kue D'en C.

**Tabel 1. SWOT Perbandingan dengan Kompetitor**

	Pia Mirah	Makassar Baklave	Toko Kue D'en C
Strength	Pia memiliki kualitas yang konsisten	Kue Baklava merupakan produk baru di Indonesia	Memiliki banyak varian produk
	Pia memiliki rasa baru yaitu kaya dan tape singkong	Memiliki berbagai varian rasa	Rasa produk tidak terlalu manis
	Kue bertekstur lembut	Kue Baklava bertekstur renyah dan lembut	Tidak menggunakan bahan pengawet
	Pia berukuran kecil sehingga sesuai dengan porsi untuk dicemil	Kemasan Makassar Baklave memakai <i>corrugated board</i> tipis dan kertas roti	Kue Pia menggunakan isian buatan sendiri
	Kemasan memakai foto sehingga menggugah selera konsumen	<i>Layout</i> , tipografi, dan warna kemasan sangat baik, sesuai dengan <i>Brand</i> yang modern serta terkesan elegan	Kue Pia berukuran sedikit besar
	Tidak memakai bahan pengawet		Kue Bolu yang lebih lembut

	Kemasan memberikan informasi mengenai Kota Makassar		Produk kue basah <i>fresh</i> dari oven
	Harga yang sangat terjangkau		Semua varian produk memiliki rasa gurih dan renyah
<b>Weakness</b>	Pia memiliki rasa yang terlalu manis	Produk tidak <i>fresh</i> dari oven sehingga lapisan pastry agak keras dan kue Bolu menjadi lebih kering	Kemasan belum memberikan identitas yang jelas mengenai <i>Brand</i>
	Isian pia coklat tidak dibuat sendiri	Produk memiliki rasa yang sangat manis karena memakai madu	Kemasan kurang efektif dalam menjaga produk dari tekanan
	Penataan informasi pada kemasan masih kurang teratur		Penataan informasi, pemilihan tipografi, dan warna kemasan belum rapi
<b>Opportunity</b>	Produk telah dikenal oleh konsumen karena Pia Mirah melakukan promosi berbagai media <i>online</i>	Produk sangat dikenal karena diliput berbagai media dan melakukan promosi di media sosial	Pelanggan menyukai rasa produk
	Konsumen membeli Pia Mirah sebagai oleh-oleh dari Kota Makassar	Konsumen membeli produk Makassar Baklave sebagai oleh-oleh dari Kota Makassar	Konsumen membeli produk sebagai oleh-oleh dari Kota Makassar
<b>Threat</b>	Pesaing kue pia di toko oleh-oleh semakin banyak	Produk tidak dijual di toko oleh-oleh sehingga sulit dijangkau oleh konsumen	Produk kurang dikenal oleh pendatang karena kurangnya promosi media <i>online</i>

## Konsep Perancangan

### Tujuan Kreatif

Tujuan perancangan ini adalah merancang *brand* dan kemasan yang menaikkan citra Toko Kue D'en C sebagai oleh-oleh khas Kota Makassar. Nama *brand* akan diubah menjadi *D&C Home Bakery* agar mempermudah konsumen untuk mengingat nama *brand*. Kemasan akan dibuat lebih menarik dari segi bentuk maupun visual. Karena pada kemasan sebelumnya tidak memberi ciri khas yang menonjol sebagai produk oleh-oleh dari Kota Makassar. Kemasan juga dibuat dengan mempertimbangkan sistem buka tutup untuk memberikan kesan unik kepada konsumen.

### Brand Positioning

Penganaan oleh-oleh yang menyampaikan/membagikan keistimewaan Kota Makassar.

### Brand Identity

Identitas *brand* yang akan digunakan dalam perancangan ini ditunjukkan dengan penggunaan style ilustrasi yang seragam yaitu ilustrasi sketsa untuk memberi kesan unik dan *handmade*, warna yang sesuai dengan *brand* dan penempatan logo Toko Kue D'en C yang telah disederhanakan.

### Brand Image

Citra *brand* yang akan diangkat adalah kesan hangat/ramah, khas, dan modern. Kesan khas terdapat dari bentuk kemasan dan penggunaan *style* ilustrasi sketsa hal-hal ikonik di Kota Makassar. Kesan modern dari penggunaan tipografi, foto produk, dan *layout* desain kemasan. Konsep hangat diterapkan pada warna kemasan.

### Pola Dasar Bentuk Kemasan

#### 1. Kemasan Primer

Untuk kue Pia menggunakan plastic OPP berukuran 6 cm x 10 cm agar produk terjaga kerenyahannya. Kue Bolu Gulung, kue Lapis Legit dan *Almond Crispy* menggunakan kertas roti untuk menghindari kontak langsung dengan kemasan sekunder.

#### 2. Kemasan Sekunder

Kemasan sekunder kue Pia, kue Bolu Gulung, dan kue Lapis Legit menggunakan kertas ivory 310 gram berlaminasi *doff*. Sedangkan kemasan sekunder *Almond Crispy* menggunakan kaleng 10 cm x 10 cm dan kertas *Artpaper* laminasi *doff* sebagai label yang melingkari kaleng.

#### 3. Kemasan Tersier

Kemasan yang digunakan apabila pembelian dalam jumlah banyak adalah kardus bertali kur/pita agar mudah dijinjing.

### Gaya Desain

Gaya desain yang dipilih adalah ilustrasi sketsa agar terkesan khas dan *layout* modern memberi kesan produk modern yang telah disesuaikan dengan

perkembangan zaman. Tipografi yang dipilih adalah *typeface* dekoratif pada logo, *typeface* serif untuk nama produk, dan *typeface sans serif* untuk *bodycopy*.

### Komposisi /Tata Letak

Pada perancangan ini penggunaan *typeface* akan dibatasi menjadi 3 jenis, warna akan dibatasi menjadi lima warna. Hal ini untuk menghindari penggunaan warna berlebihan yang membuat konsumen tidak focus dan menjaga keseragaman. Penataan elemen visual disesuaikan dengan hirarki visual untuk membantu konsumen membaca informasi dengan jelas.

### Warna

Pemilihan warna disesuaikan dengan *brand image* yang akan dibangun yaitu khas, hangat/ramah, serta modern. Warna yang dipilih diambil dari warna baju adat Kota Makassar untuk menimbulkan kesan khas. Baju adat yang dimaksud adalah Baju Bodo yang merupakan baju adat perempuan Kota Makassar. Baju ini terdiri dari warna jingga, merah, putih, hijau, ungu serta ikat kepala yang berwarna kuning emas (Romadecade, 2020). Warna krem dan coklat tua untuk memberi kesan modern, Kombinasi warna panas memberi kesan ramah.



Gambar 5. Warna yang dipilih

### Tipografi

Jenis *typeface* yang dipakai adalah *typeface* dekoratif pada logo, *typeface serif* yaitu *Timeless Bold* untuk nama produk, dan *typeface sans serif* yaitu Lato untuk *bodycopy*.



Gambar 6. Jenis *Typeface* yang dipakai

### Ilustrasi

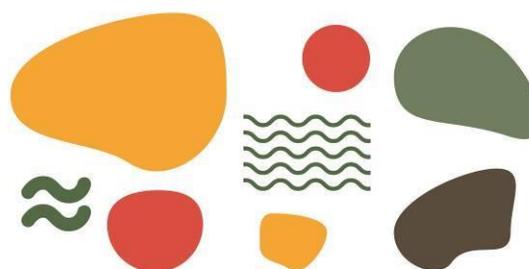
Pada perancangan ini akan menggunakan gaya ilustrasi sketsa untuk menampilkan kesan kedaerahan dan khas.



Gambar 7. Sketsa Hal-Hal Ikonik Di Kota Makassar



Gambar 8. Ilustrasi dan Foto Produk Oleh-Oleh



Gambar 9. Elemen Grafis Tambahan

Penggunaan foto produk adalah untuk menggugah selera konsumen. Penggunaan elemen grafis tambahan untuk menyatukan ilustrasi dan foto serta melengkapi desain.

### Logo/Brand Name

Melalui hasil observasi dan penggalan data yang telah dilakukan, dibuatlah desain logo yang mencerminkan *brand* atau identitas D&C Home Bakery sebagai UMKM yang memproduksi panganan oleh-oleh modern khas Makassar. Pemilihan nama D&C adalah mempersingkat nama

*brand* awal menjadi lebih mudah diingat, dan *Home Bakery* membawa kesan *handmade*, *original*, dan modern Logo D&C *Home Bakery* menggunakan warna utama yaitu merah. Warna merah dipilih karena menyesuaikan dengan konsep dominan pada kemasan yaitu Passapu. Passapu adalah tutup kepala pakaian adat laki-laki Ksota Makassar (Romadecade, 2020).

Huruf D melambungkan bentuk Passapu sedangkan huruf C memiliki empat bentuk wajik yang melambungkan hiasan kepala pada baju adat perempuan di Sulawesi Selatan. Ketika Huruf D dan C dipadukan menjadi dua orang yang bersaudara, laki-laki dan perempuan.



**Gambar 10. Logo Final D&C Home Bakery**

#### Sistem Buka Tutup

Sistem buka tutup pada kemasan D&C *Home Bakery* bertujuan untuk memberi kesan unik/khas, menarik dan sebagai pembeda dengan kompetitor lainnya. Karena sebagian besar oleh-oleh dibeli untuk diberikan kepada teman atau keluarga, bentuk yang khas dapat meningkatkan citra produk. Terdapat unsur edukasi pada kemasan dengan menceritakan sekilas mengenai budaya Kota Makassar. Pada kemasan terdapat gagang yang juga bertujuan untuk memudahkan konsumen membawa produk. Pola kemasan dan bahan kemasan didesain untuk tidak mudah merusak produk.

#### 1. Kemasan Kue Pia

Kemasan kue Pia berbentuk trapesium berkaki. Bentuk ini dipilih untuk memberi kesan eksklusif ketika produk diberikan kepada keluarga/teman, khususnya sebagai jamuan tamu. Sistem buka tutup dari bagian tengah depan kemasan untuk memudahkan konsumen membuka dan menutup kembali apabila kue belum habis. Karena berbentuk trapesium, kemasan dapat disusun tanpa terganggu dengan kaki kemasan. Ilustrasi pada kemasan pia menggunakan Kapal Pinisi dan penggunaan ilustrasi tambahan untuk memberi suasana laut. Kapal Pinisi merupakan perahu legendaris masyarakat Suku Bugis yang telah menaklukkan samudera yang luas sejak abad ke-14 (Viani, 2020).



**Gambar 11. Mock Up Kemasan Pia**

#### 2. Kemasan Almond Crispy

Label kemasan *Almond Crispy* terinspirasi dari bentuk Passapu. Bentuk ini memberi kesan khas dan unik serta didesain tidak menyulitkan produsen/konsumen untuk menumpuk kemasan. Kemasan berbentuk topi berdiri untuk mempermudah penumpukan, dan ketika sudah dibeli oleh konsumen, kemasan dapat dilipat menjadi topi tertutup. Ketika kemasan disusun terlihat seperti formasi Tari Paraga. Tari Paraga merupakan tarian tradisional Kota Makassar dimana terdiri dari 6 orang laki-laki yang menggunakan Topi Passapu dan bermain bola takraw dalam formasi tertentu (Makassar Guide, 2014).



**Gambar 12. Kemasan Almond Crispy**

#### 3. Kemasan Kue Bolu Gulung

Kemasan kue Bolu Gulung berbentuk silinder dilengkapi dengan gagang untuk memudahkan membawa produk. Bentuk menjorok ke dalam pada bagian samping membantu menguatkan bentuk alas agar kemasan tidak mudah bengkok. Pada sisi samping kemasan terlihat bentuk seperti atap rumah adat Kota Makassar yang bernama Balla. Pada bagian puncak atap yang berbatasan dengan dinding terdapat bentuk segitiga yang bernama Timbaksela sebagai tanda kebangsawanan (Romadecade, 2020). Bentuk Timbaksela pada kemasan dibuat tumpul agar tidak menusuk konsumen. Cara membuka dan

menutup kemasan tidak begitu sulit sehingga dapat mempermudah konsumen untuk mengkonsumsi kue. Ilustrasi yang digunakan adalah Pantai Losari. Pantai yang terkenal di Kota Makassar dan di sekitar Pantai terdapat berbagai kuliner khas Kota Makassar (Rahma, 2019).



**Gambar 13. Kemasan Kue Bolu Gulung**

#### 4. Kemasan Kue Lapis Legit

Kemasan kue Lapis Legit juga terinspirasi dari Topi khas Kota Makassar yaitu Passapu. Bentuk kemasan berupa topi yang besar. Pada bagian belakang terlihat bentuk balok sebagai tempat kue dan terdapat lubang pada kemasan sebagai gagang untuk memudahkan pembeli membawa produk.

Kemasan dapat bertransformasi menjadi topi kecil agar memudahkan konsumen menumpuk kemasan. Kemasan diubah dengan cara melipat gagang kemasan melingkari kemasan.

Pada kemasan terdapat ilustrasi Benteng Fort Rotterdam yang menjadi benteng ikonik peninggalan kerajaan Gowa-Tallo. Kini Benteng ini menjadi museum yang menyimpan koleksi benda-benda bersejarah kerajaan terdahulu (Irvan, 2018).



**Gambar 14. Kemasan Lapis Legit Topi Besar**



**Gambar 15. Kemasan Lapis Legit Topi Kecil**



**Gambar 16. Petunjuk Melipat Gagang Kemasan Lapis Legit**

#### 5. Kemasan Tersier Shopping Bag

Kemasan tersier ini dibutuhkan ketika konsumen membeli banyak kue. Kemasan ini berbentuk kubus yang kokoh sehingga dapat menjaga produk dengan baik. Kemasan ini menggunakan bahan kertas dupleks 400 gram. Kemasan ini menggunakan gagang pita agar memudahkan untuk dijinjing.



**Gambar 17. Kemasan Tersier Shopping Bag**

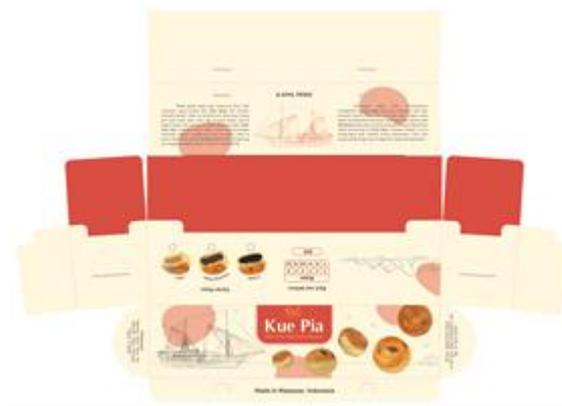
## Komprehensif Desain

### 1. Kemasan Bolu Gulung



**Gambar 18. Jaring-Jaring Kemasan Kue Bolu Gulung**

### 2. Kue Pia



**Gambar 19. Jaring-Jaring Kemasan Kue Pia**

### 3. Kemasan *Almond Crispy*



**Gambar 20. Jaring-Jaring Label *Almond Crispy***

### 4. Kemasan Lapis Legit



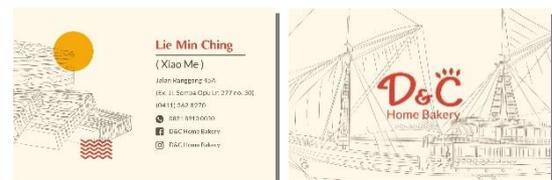
**Gambar 21. Jaring-Jaring Kemasan Kue Lapis Legit**

### 5. Kemasan Tersier Shopping Bag

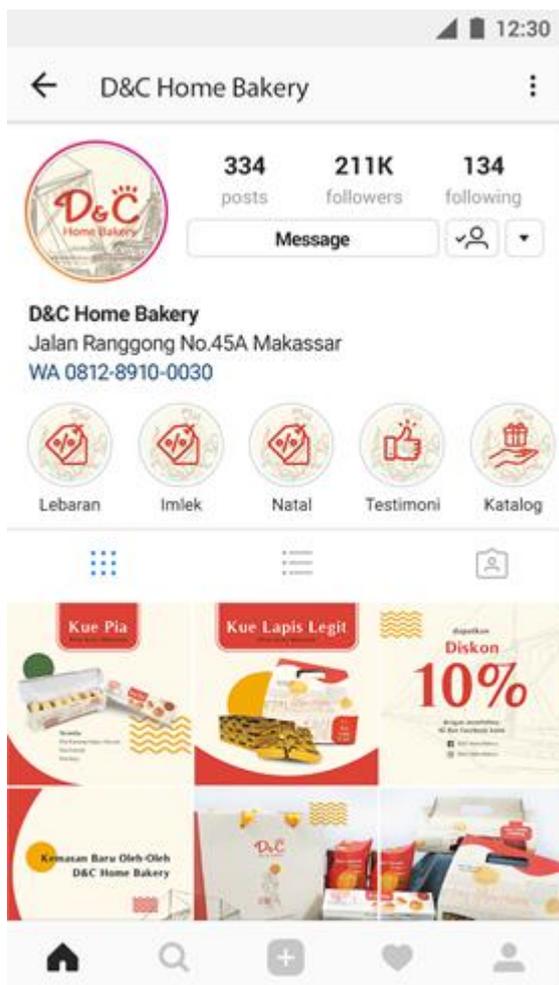


**Gambar 22. Jaring-Jaring Kemasan Shopping Bag**

### Media Pendukung



**Gambar 23. Kartu Nama**



Gambar 24. Media Promosi Instagram



Gambar 25. Media POP



Gambar 26. Katalog Pameran

## Kesimpulan

D&C *Home Bakery* merupakan UMKM yang sudah lama berdiri dan dimulai dari usaha kecil yang kemudian berkembang. Kemasan yang digunakan masih sederhana dan belum dapat menarik perhatian konsumen. Seiring dengan perkembangan jaman, persaingan produk bukan dilihat dari segi rasa produk, namun terjadi persaingan tampilan kemasan terlebih lagi di era modern ini. Di Kota Makassar produk oleh-oleh sangat beragam terlebih lagi produk berjenis kue. Persaingan produk semakin terlihat sehingga terlihat banyak kemasan yang menggunakan warna-warna mencolok agar terlihat oleh konsumen.

Dalam perancangan desain kemasan ini, kemasan dibuat memiliki identitas pembeda dengan kompetitor berupa bentuk yang berbeda, menggunakan visual berupa keunikan daerah dan menggunakan warna-warna yang dapat menarik perhatian konsumen. Beberapa permasalahan yang terdapat pada kemasan produk juga telah menjadi pertimbangan perancangan dan menghasilkan solusi-solusi pada kemasan. Pada perancangan kemasan ini terdapat pula desain media promosi melalui media

## Saran

Merancang sebuah kemasan bukan hanya sekedar melindungi produk namun dilihat dari segi guna dan nilai estetikanya. Perancangan desain kemasan bertujuan untuk mempermudah konsumen dari berbagai aspek, seperti kenyamanan, keamanan, ergonomis, sebagai identitas pembeda, dan lain sebagainya. Tantangan pertama yang dialami adalah membuat kemasan yang inovatif namun tidak menambah biaya yang banyak. Perlunya banyak trial and error dalam membuat bentuk kemasan baru dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Tantangan berikutnya terdapat pada pola kemasan Kue Bolu Gulung, bentuk kemasan mempermudah untuk

membawa produk namun tidak efektif ketika konsumen ingin menyimpan produk sehingga perlu ditinjau kembali.

Dalam proses pengerjaan tugas akhir mengenai kemasan bukan hanya desain juga yang perlu diperhatikan. Pembuatan pola kemasan perlu memperhatikan efisiensi luas kertas, agar bidang kertas terpakai dengan maksimal dan lebih menghemat biaya produksi. Kesiapan untuk penerapan dan proses mencetak juga perlu diperhatikan, karena seringkali merealisasikan lebih banyak tantangan terlebih dalam hal mencetak. Kesesuaian warna, ukuran kertas, kesesuaian kertas untuk membuat kemasan, dan media promosi seringkali menjadi tantangan sehingga perlunya persiapan seperti survey tempat percetakan dan harga cetak.

Untuk perancangan berikutnya diharapkan untuk menghindari tantangan dengan lebih banyak mencari referensi mengenai pola kemasan dan tempat percetakan.

## Daftar Pustaka

- Dinas Komunikasi, Informatika, S. dan P. P. S. S. (2018). *Provinsi Sulawesi Selatan*. Retrieved March 6, 2020, from [https://sulselprov.go.id/pages/info\\_lain/22](https://sulselprov.go.id/pages/info_lain/22)
- Irvan. (2018). *10 Tempat Wisata Di Makassar Yang Wajib Anda Kunjungi*. Retrieved March 30, 2020, from <https://www.nativeindonesia.com/tempat-wisata-di-makassar/>
- Makassar Guide. (2014). *Tari Paraga | Makassar Guide - Panduan Wisata Sulawesi Selatan*. Retrieved, from June 15, 2020, <https://www.makassarguide.com/2014/09/tari-paraga.html>
- PT.Lantabura Media. (2020). *Peluang Bisnis Oleh-oleh, Untungnya Ngalir Nggak Ada Matinya!* Retrieved May 2, 2020, from <https://bisnisukm.com/bisnis-oleh-oleh-kagak-ade-matinye.html>
- Rahma, F. (2019). *4 Wisata Alam Sulawesi Selatan yang Tak Boleh Dilewatkan*. Retrieved Kuly 4, 2020, from <https://travelingyuk.com/wisata-alam-sulawesi-selatan/222060>
- Romadecade. (2020). *6+ Nama Pakaian Adat Sulawesi Selatan: Lengkap Gambar & Penjelasan*. Retrieved March 30, 2020, from <https://www.romadecade.org/pakaian-adat-sulawesi-selatan/>
- Viani, D. (2020). *Kapal Pinisi, Kapal Legendaris Asal Bugis Sejak Abad ke-14 - Pikiran-Rakyat.com*. Retrieved March 30, 2020, from <https://www.pikiran-rakyat.com/properti/pr-01332757/kapal-pinisi-kapal-legendaris-asal-bugis-sejak-abad-ke-14?page=2>