

## PERANCANGAN REDESAIN KEMASAN KUE "HS CAKE" DI SURABAYA

**Jilly Tania Boedijanto<sup>1</sup>, Elisabeth Christine Yuwono<sup>2</sup>, Adi Satria Kurniawan<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra, Surabaya  
Jl Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: jtania1992@gmail.com

### Abstrak

HS Cake yang menjual beragam jenis roti dan kue tradisional memiliki dua permasalahan, yakni kurangnya konsistensi visual kemasan dan bentuk kemasan yang kurang praktis dibawa. Oleh karena itu penulis tertarik untuk merancang desain kemasan HS Cake agar memiliki konsistensi visual dan bentuk kemasan yang lebih praktis untuk dibawa. Penulis menggunakan metode *SWOT* untuk mengetahui perbandingan produk dengan kompetitornya. Selain itu *VIEW*, juga digunakan untuk menganalisis kemasan. Dengan metode *VIEW* ini akan tampak kelemahan dan kelebihan dari sebuah kemasan. Solusi yang diterapkan adalah menggunakan gaya desain tradisional pada kemasan karena produk yang dijual merupakan kue tradisional. Konsistensi desain visual diaplikasikan pada setiap kemasannya sehingga terbentuk sebuah ciri khas, serta untuk solusi bentuk pada kemasan didesain dengan bentuk yang mudah untuk dipegang seperti kemasan fingerfood yang memudahkan targetnya, serta sistem buka tutup dengan cara mengkait. Diharapkan dengan adanya perancangan redesign kemasan ini dapat membawa dampak positif pada target market maupun terhadap HS Cake sendiri.

**Kata kunci :** Perancangan, Kemasan, Kue tradisional, dan Surabaya.

### Abstract

*HS Cake the store that sells various type of breads and traditional cakes has two issues which are the lack of visual consistency on the packaging shape and the impracticality of the packaging to be carried around, hence the designer was interested to design HS Cake packaging so that it'd have the visual consistency and to have a more practical packaging shape. The designer uses the SWOT method to know more about the product and its competitor and the VIEW method was also being used to analyse the packaging. This method will show the strengths and weaknesses from the product. The solution that was applied is the traditional design style on each if the packaging because the products that are being sold are traditional cakes. The visual consistency are applied on each of the packaging to show a distinctive mark and for the solution for the packaging the shape would resembles a fingerfood packaging that will make the target audience to eat the cake easily and it also uses a hook system. Hopefully with this packaging redesign there'd be a positive impact on the target market and the HS Cake itself.*

**Keywords:** Design, Packaging, Traditional Cake, and Surabaya.

### Pendahuluan

Kemasan merupakan sebuah wadah yang digunakan oleh perusahaan untuk membungkus produknya yang akan dipasarkan. Kemasan sendiri memiliki arti secara umum bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, benturan.

Selain itu fungsi kemasan yaitu untuk menampilkan *image* serta pandangan terhadap suatu isi produk sehingga menampilkan ciri khas dan keunggulan yang perbedaan dengan produk yang lainnya, maka kemasan didesain sedemikian rupa disesuaikan dengan produknya agar pesan yang disampaikan dapat ditangkap oleh konsumen.

(Packaging-development. Mei 2010. Pengenalan Packaging Produk).

Sering kali para pelaku bisnis yang sedang bersaing kurang fokus akan tampilan dan fungsi dari sebuah kemasan dari produk yang mereka miliki, sehingga kemasannya kurang tepat guna untuk disajikan. Saat ini, persaingan semakin ketat maka dari itu perancangan desain sebuah kemasan harus menarik agar dapat menunjukkan perbedaan keunggulan dari produknya selain itu juga untuk dapat menyampaikan tujuan dari produknya, beda dengan jaman dahulu banyak masyarakat tidak memperdulikan penampilan dari kemasan karena dahulu masih sedikit produk yang dijual sehingga tidak ada persaingan.

Pada suatu produk harus memiliki beberapa aspek yang membedakan bentuk, keistimewaan (*feature*), mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya (*style*), serta rancangan. Jika suatu produk mengalami tolak belakang dengan aspek bentuk, dan gaya yang memiliki nilai estetika maka akan memiliki sesuatu nilai yang berbeda, sehingga menarik perhatian konsumen dan menimbulkan sebuah pandangan tersendiri bagi produk tersebut. (Carolina S. 8)

Pada kemasan makanan harus memperhatikan beberapa macam faktor, misalnya saja bahan yang digunakan untuk melindungi atau membungkus makanan, sehingga makanan tersebut dapat dijaga kualitasnya, mudah untuk dibawa juga pada saat makanan tersebut tidak dapat habis dengan sekaligus, adanya tutup dari kemasan yang mudah untuk dibuka dan ditutup agar terlindungi dari udara luar sehingga lebih tahan lama, serta pembagian ukuran dari kemasan tepat guna sesuai dengan isinya.

Selain itu kemasan juga harus mampu menjual produk yang dikemas dengan desain yang inovatif, unik, berbeda dari produk lainnya. Sering kita ketahui pada saat ini banyaknya kemasan makanan yang dibuat sangat menarik dan harganya mahal hanya untuk menampilkan pandangan baik bagi masyarakat selain itu agar disukai oleh masyarakat dan dapat laku dipasaran, namun terkadang tidak ada maksud yang terkandung pada desain kemasan dari pesan yang akan disampaikan. Dan selain itu rasa dari produknya belum tentu enak.

HS Cake, usaha ini didirikan oleh *ownernya* yang bernama Ibu Tin Tin Sumarni atas dukungan penuh dari suaminya yaitu Bapak Husodo, logo yang diterapkan untuk bisnisnya yaitu "HS Cake", logo tersebut diambil dari nama Husodo sang suami. Pada tahun 1999, awalnya Ibu Tin Tin merintis usaha ini sebagai usaha sampingan, pada tahun 2005 Ibu Tin Tin menekuni bisnis pembuatan kue ini dan menjual kue tersebut di rumah.

HS Cake menjual berbagai macam kue basah, misalnya saja risoles dengan berbagai pilihan rasa, kroket, lumpia, pastel, donat sate (donat gula), sus.

Contoh masalah lainnya misalnya saja pada donat gula, gula-gula langsung ditaburkan pada kue

didalam kemasan plastik sehingga lengket dan jatuh bertaburan ketika akan dimakan.

Dan perlunya sebuah inovasi baru terhadap ukuran kue basah untuk sarapan pagi sehingga mudah untuk dimakan dalam sekali lahap sambil melaksanakan aktifitas, dengan hanya kemasan kue basah menggunakan plastik tersebut kurang praktis bagi konsumen yang sibuk, kemasan tersebut juga dapat merusak bentuk kue basah jika dimasukkan kedalam kantong plastic. Karena kemasannya tidak dapat melindungi kue dari benturan dan pada saat kue tidak habis sehingga kemasan tidak dapat menjaga kualitas kue lebih lama. Belum lagi desain logo yang ada atau informasi pada plastik yang digunakan kualitasnya kurang bagus dan mudah hilang. Selain itu tidak ada desain kemasan khusus yang menarik, inovatif atau berbeda untuk mengemas kue tersebut secara praktis.

Jaman sekarang kebanyakan orang suka dengan sesuatu yang serba praktis, dan malas jika harus repot-repot apalagi waktu senggang yang dimiliki singkat. Misalnya saja harus menyiapkan sarapan pagi untuk anak, suami, diri sendiri sebelum berangkat melakukan aktifitas, karena saat ini tidak hanya lelaki yang bekerja ke kantor wanita pun juga bekerja.

Sehingga mereka malas untuk menyiapkan sarapan sendiri, belum lagi orang yang tinggal sendiri di kos membutuhkan sarapan atau jajanan yang praktis, cepat saji dibanding dengan harus memasak makanan sendiri.

HS Cake selalu memproduksi kue-kue baru setiap pagi, konsumen yang sibuk dan tidak sempat mempersiapkan sarapan bisa membeli sarapan siap saji yang cepat di pagi hari, HS Cake terletak di daerah perumahan maka memudahkan konsumen, warga sekitar untuk mendapatkan sarapan praktis, kebanyakan pembeli kuenya untuk dibawa sebagai bekal maupun dimakan sambil jalan menuju ke kantor. Toko ini ramai pembeli di pagi hari mereka selalu berdatangan untuk membeli bekal anak sekolah, bekal ke kampus, maupun bekal ke kantor.

Saat ini juga banyak sekali toko-toko kue baru yang bermunculan, karena bisnis toko kue ini cukup menjanjikan, karena makanan merupakan hal pokok yang dibutuhkan. Makin lama konsumen juga semakin bertambah, persaingan makin ketat dari kualitas kue hingga kemasan cantik yang ditawarkan untuk menghias bagian luar kotak kue.

Oleh karena itu dibutuhkan kebaruan desain kemasan yang membedakan produk HS Cake dengan produk lainnya untuk menimbulkan ciri khas. Dengan adanya desain yang simpel dan praktis bertujuan untuk memberikan solusi mereka yang sibuk dapat makan dengan mudah sambil jalan, atau pada saat membawa sehingga konsumen tidak merasa kerepotan.

Kemasan ini didesain dapat menampung kue basah secara praktis dan terdapat tutup kemasan yang dapat mudah dibuka dan ditutup kembali, dasar

kemasan menggunakan bahan kertas ivory yang tidak mudah ditembus oleh cairan dan ukuran kemasan disesuaikan dengan isinya, bumbu dapat dicampur sekaligus dengan kue dalam satu wadah, kue basah berbumbu dan remah-remah kue tidak lagi merepotkan konsumen yang sibuk dengan minyak dan bumbu yang meluber serta bertaburan pada saat makan.



**Gambar 1. Beranda outlet hs cake**



**Gambar 4. Lokasi pembuatan produk kue risoles hs cake**



**Gambar 2. Lokasi pembuatan produk hs cake**



**Gambar 5. Contoh produk kue risoles hs cake**



**Gambar 3. Lokasi pembuatan produk hs cake**



**Gambar 6. Contoh produk kue soes vla hs cake**



**Gambar 7. Contoh produk kue kroket hs cake**



**Gambar 8. Contoh produk kue donat hs cake**

Saat ini logo yang digunakan untuk toko dari HS Cake adalah logo dengan bingkai berbentuk oval berwarna merah. Di dalam bingkai tersebut terdapat tulisan nama toko menggunakan jenis huruf *sans serif* dan terdapat ilustrasi dengan gambar tersenyum. Warna yang digunakan adalah merah dan putih atau bening, warna merah melambangkan kesan semangat, dan bening atau putih mencerminkan bersih serta higienis.



**Gambar 9. Logo hs cake**

Target market dari HS Cake adalah masyarakat Surabaya secara khusus dan karyawan kantoran dari kalangan menengah kebawah. Rata-rata konsumen pria wanita berumur 24-45 tahun.

Selama ini, teknik promosi yang paling sering digunakan yaitu dari mulut ke mulut. Sebelumnya Ibu Tin Tin pernah membagi brosur namun hanya untuk warga sekitar perumahan Kutisari dimana ia membuka tokonya, namun sekarang tidak lagi menggunakan brosur.

Adapun kemasan yang digunakan HS Cake untuk mengemas produknya Selama ini:



**Gambar 10. Kemasan kotak produk kue hs cake**

## **Metode Penelitian**

Untuk metode pengumpulan data, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dimana data tersebut dapat diperoleh melalui wawancara, observasi serta kajian pustaka yang digabung dan dianalisa, lalu mencari sebuah solusi pemecahan masalah akan desain yang tepat untuk

menjawab desain kemasan apakah yang cocok dan akan dibuat nantinya.

Selain itu adanya data primer yaitu data yang secara khusus dikumpulkan untuk kepentingan riset yang sedang berjalan, pada penelitian ini meliputi wawancara dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan pemilik toko HS Cake untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan serta mengetahui produk yang akan dibuatkan kemasannya.

Sedangkan observasi digunakan untuk mengetahui data mengenai kemasan yang digunakan saat ini oleh HS Cake dan untuk mengetahui desain kemasan yang seperti apa yang disukai oleh masyarakat. Pada hal ini metode yang digunakan berupa pengamatan secara langsung yang dilakukan di lokasi yaitu toko HS Cake.

Selain itu terdapat data sekunder, data ini dikumpulkan dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang diperlukan. Data ini meliputi internet, dokumentasi data, serta kajian pustaka. Kajian pustaka tersebut bersumber dari bacaan-bacaan yang menjelaskan tentang kemasan.

Metode analisa yang digunakan yaitu *VIEW* dengan mengumpulkan data-data mengenai daya tarik visual serta berkaitan dengan produk kajian yang akan dibuat kemasannya (*Visibility*), informasi yang berkaitan dengan produk tersebut seperti kelemahan dan kekurangannya (*Information*), ada juga daya tarik untuk membeli produk tersebut (*Emotional appeal*), serta kemudahan dalam pembelian dan penyimpanan dari produk tersebut (*Workability*). Sehingga dapat ditarik sebagai sebuah kesimpulan akan kemasan yang seperti apa agar sesuai dan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh produk.

## Pembahasan

Menurut hasil pengamatan yang telah dilakukan dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kemasan produk HS Cake saat ini fungsinya hanya sebagai kemasan pelindung untuk produk kue pada saat konsumen membeli. Namun disamping itu kemasan HS Cake saat ini masih kurang dari segi tampilannya yang kurang menarik dan tidak mencerminkan ciri khas. Dan bahan yang digunakan untuk kemasan saat ini merupakan kemasan yang dijual secara grosir di toko bahan kue.

Perbedaan dari produk yang dijual HS Cake dengan toko yang lain yaitu selain dibuat sendiri oleh *ownernya*, kue-kue tersebut dibuat dengan ketelatenan dan juga kreatifitas sang *owner* sehingga produk HS Cake memiliki berbagai jenis varian bentuk yang lebih menarik dan rasa yang enak dibandingkan dengan pesaing, karena produk kue HS Cake tidak menggunakan pengawet, pemanis buatan,

dan terbuat dari bahan alami berkualitas tinggi dan kaya gizi.

*Brand positioning* yang akan disampaikan yaitu HS Cake adalah home industry yang dirintis oleh Ibu Tin Tin Sumarni, HS Cake menawarkan berbagai macam varian kue seperti spiku, roll cake, roti isi dan lain sebagainya namun yang lebih menonjol dan lebih diminati yaitu jenis kue tradisionalnya seperti misalnya donat kentang, risoles, dan kroket. Selain itu kue tradisional HS Cake sebagai solusi konsumen untuk mendapat sarapan siap saji secara cepat dan praktis.

Identitas merek yang ditampilkan pada desain kemasan ini, identitas merek yang akan ditampilkan pada kemasan yaitu merek HS Cake sendiri. Karena produk kue yang akan diangkat dalam perancangan ini merupakan hasil produksi milik HS Cake. Oleh karena itu *brand identity* akan dikembangkan dan dibuat seragam misalkan logo, tipografi, warna dan desain yang sama untuk diterapkan pada setiap kemasan produk.

*Brand image* yang ditonjolkan pada perancangan ini yaitu, bahwa citra merek yang akan diangkat berkesan tradisional. Kesan tersebut dipilih karena ingin menonjolkan sisi tradisional dari kue yang menjadi fokus utama dari HS Cake.

Saat ini logo dari HS Cake yang digunakan adalah logo berbingkai bentuk oval dan terdapat ilustrasi emotikon manusia serta warna logo sendiri adalah merah. Logo ini akan digantikan dengan logo yang baru karena logo lama kurang sesuai dengan *image* dari kemasan yang akan dirancang.

Logo baru yang akan diterapkan pada kemasan produk kue HS Cake sebagai berikut:



**Gambar 11. Desain logo hs cake**

Pada perancangan ini menggunakan gaya desain yang berkesan tradisional, agar berkesan tempo dulu. Untuk logo agar mendukung gaya tradisional



yang diharapkan maka diterapkan bentuk belah ketupat selain itu terdapat pita yang diterapkan pada logo untuk pendukung logonya, serta warna yang akan diterapkan pada logo ini yaitu krem untuk pita, dan coklat tua untuk warna bentuk belah ketupat, karena warna-warna ini cocok untuk menggambarkan suasana tradisional.

Untuk penempatan font disesuaikan dan ditata rapi agar enak untuk dipandang dan mudah dibaca, selain itu untuk logo tipografinya menggunakan jenis huruf handwriting agar nampak luwes dan huruf *sans serif* sebagai kalimat pendukung pada logo.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan secara langsung di lokasi HS Cake, dapat diketahui bahwa perlunya didesain ulang kemasan untuk produk kue-kue yang dijual khususnya kue tradisional, namun selain itu juga ada kue spiku, roll cake, dan kue tart.

Untuk memenuhi fungsi kemasan yang baik, maka penulis merancang konsep untuk desain kemasan sebagai berikut:

#### 1. Bentuk/ pola dasar

Pada perancangan desain kemasan ini menggunakan bahan kertas dengan ketebalan yang telah disesuaikan sehingga dapat tetap terjaga kualitas produknya agar terhindar dari kerusakan. Selain itu ada juga tas yang terbuat dari bahan kertas atau *paper bag* untuk mengemas kotak produk agar memudahkan dari segi membawanya.

Ukuran kemasan produk merupakan salah satu hal yang penting, oleh karena itu perlu diperhatikan dan disesuaikan ketepatan ukuran kemasan yang akan digunakan sesuai dengan produk yang diangkat. Terdapat tiga macam sistem pengemasan produk pada perancangan ini, yaitu:

##### a. Kemasan *Finger food*

Kemasan ini digunakan untuk konsumen yang menginginkan sarapan siap saji dengan mudah dan praktis.

##### b. Kemasan Kotak Medium

Kemasan ini digunakan untuk konsumen membeli produk dalam jumlah sedang, kemasan ini juga dapat digunakan untuk berbagai jenis kue.

##### c. Kemasan Kotak Besar

Kemasan ini digunakan untuk konsumen yang ingin membeli produk dalam jumlah banyak, misalkan konsumen membeli produk untuk oleh-oleh teman dan kerabat, maupun acara khusus. Pada kemasan produk dapat diisi dengan satu jenis kue dalam jumlah banyak atau beragam jenis kue sesuai dengan keinginan konsumen.

##### d. Kemasan *Shopping bag*

Kemasan ini digunakan untuk mengemas semua produk yang telah berada didalam kotak agar konsumen mudah pada saat membawa produk.

#### 2. Desain layout

Mennimbulkan konsep sebuah desain kemasan sebagai suatu wadah produk dengan memiliki nilai estetika dan menonjolkan kesan tradisional dan kemasan bersifat praktis. Dengan adanya kejelasan konsep makan konsumen dapat mudah untuk mengenal HS Cake.

#### 3. Bahan/ material

Bahan yang akan digunakan pada perancangan ini Untuk kemasan ada kemasan *fingerbite* menggunakan bahan kertas ivory, kemasan ini digunakan untuk produk yang konsepnya sekali suap dengan bentuk produk kue yang kecil-kecil. Untuk kemasan kotak menggunakan bahan kertas ivory dengan ketebalan yang telah disesuaikan agar tidak merusak produk.

Selain itu ada juga tas kertas atau *shopping bag*, tas ini digunakan untuk mengemas semua produk yang telah berada didalam kotak agar konsumen mudah membawa semua produknya, tas ini menggunakan bahan kertas yang kuat untuk membawa dan menjaga kualitas barang yang dikemas.

#### 4. Gaya desain

Pada perancangan ini menggunakan gaya desain yang berkesan tradisional, agar berkesan tempo dulu. Untuk logo agar mendukung gaya tradisional yang diharapkan maka diterapkan bentuk belah ketupat selain itu terdapat pita yang diterapkan pada logo untuk pendukung logonya, serta warna yang akan diterapkan pada logo ini yaitu krem untuk pita, dan coklat tua untuk warna bentuk belah ketupat, karena warna-warna ini cocok untuk menggambarkan suasana tradisional.

Untuk penempatan font disesuaikan dan ditata rapi agar enak untuk dipandang dan mudah dibaca, selain itu untuk logo tipografinya menggunakan jenis huruf handwriting agar nampak luwes dan huruf *sans serif* sebagai kalimat pendukung pada logo.

#### 5. Sistem buka tutup

Pada perancangan ini sistem buka tutup dari produk akan dirancang dengan sederhana, tujuannya agar mempermudah konsumen pada saat membuka dan mengambil produk tersebut untuk dikonsumsi.

- . Kemasan *fingerbite*: kemasan ini dibentuk seperti kotak dengan bahan kertas ivory dengan ketebalan yang disesuaikan, sistem buka tutupnya mengkait.

- . Kemasan kotak medium dan besar: kemasan kotak sistem buka tutupnya seperti kotak-kotak pada umumnya agar mudah untuk dibuka dan ditutup serta lebih praktis .

#### 6. Warna

Penggunaan warna pada perancangan desain kemasan ini akan disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu tradisional. Untuk menimbulkan kesan tempo dulu maka kemasan menggunakan warna-

warna seperti, krem, dan coklat muda, atau coklat tua. Selain itu untuk menimbulkan kesan semangat dari sarapan pagi yaitu diterapkan beberapa warna yang mencerminkan rasa semangat seperti merah, hijau, kuning, oranye, dan biru.

Warna untuk font, serta bentuk dari logo menyesuaikan dengan tema tradisional yaitu seperti krem, coklat muda. Coklat tua, sedangkan warna dasar untuk kemasan menggunakan, coklat muda serta terdapat unsur pattern yang diulang-ulang dengan warna kecoklatan agar kemasan terlihat menarik.

#### 7. Ilustrasi/ gambar

Ilustrasi yang akan digunakan adalah bentuk sulur-sulur selain ingin menimbulkan kesan tradisoal, juga ditampilkan kesan alami yang ditujukan untuk bahan yang digunakan pada produk, dan dapat dilihat pada logo dengan adanya bentukan sulur. Ada juga ilustrasi motif yang diterapkan pada kemasan, dimana gaya desain ini dapat menyatu dengan kesan tradisional.

#### 8. Jenis tipografi

Tipografi yang digunakan pada kemasan produk kue HS Cake menggunakan huruf *sans serif*. Dengan menggunakan huruf sans serif maka tingkat keterbacaannya lebih mudah dan terkesan lebih sederhana. Oleh karena itu jenis huruf tersebut digunakan untuk tipografi pendukung pada logo merek dan untuk penjelasan pada kemasan produk.

#### 9. Komposisi/ tata letak

Pada perancangan ini komposisi dan tata letak desain logo, gambar dan tipografi atau teks disusun secara teratur.

Pemberian warna dibatasi dengan beberapa jenis warna, agar tidak terkesan berlebihan, dalam penerapan warna pada kemasan harus diperhatikan, karena warna dapat membangun sebuah identitas, sehingga konsumen dapat langsung mengenal produk HS Cake melalui warna. Tipografi menggunakan Sans Serif karena tingkat keterbacaan lebih mudah dan simpel, selain itu teks dan penataan diatur dengan rapi agar menjadi satu kesatuan. Sedangkan elemen-elemen visual lainnya diurutkan dengan urutannya agar membentuk sebuah alur keterbacaan.

Berikut merupakan gambar desain final dari kemasan yang telah didesain ulang:



**Gambar 12. Desain kemasan *fingerfood***



**Gambar 13. Contoh desain kemasan *fingerfood* kue soes**



**Gambar 14. Contoh desain kemasan *fingerfood* kue kroket**



**Gambar 15.** Contoh desain kemasan *fingerfood* kue risoles



**Gambar 18.** Desain kemasan kotak besar



**Gambar 16.** Contoh desain kemasan semua jenis kue fingerfood



**Gambar 19.** Contoh desain kemasan kotak besar dengan produk kue



**Gambar 17.** Contoh desain kemasan *fingerfood* kue donat



**Gambar 20.** Contoh desain kemasan kotak besar dengan berbagai produk kue





Gambar 21. Desain kemasan kotak sedang



Gambar 24. Contoh desain label stiker pada *shopping bag*



Gambar 22. Contoh desain kemasan kotak sedang dengan produk kue



Gambar 25. Contoh desain label stiker pada *shopping bag*



Gambar 23. Contoh desain kemasan kotak sedang dengan berbagai produk kue



Gambar 26. Desain kemasan *shopping bag*



**Gambar 27. Desain kemasan produk hs cake**

## Kesimpulan

Seiring berjalannya waktu fungsi dari sebuah kemasan juga semakin berkembang, tidak hanya dikenal sebagai pembungkus produk atau wadah dari sebuah produk, namun sebagai media daya tarik minat konsumen. Kemasan dengan desain yang menarik dan bentuk yang praktis akan meningkatkan harga diri, ciri khas dari sebuah produk, jika desain dari kemasan kurang menarik maka akan menurun dari segi pemasarannya.

Saat ini semakin banyak pesaing-pesaing yang berlomba-lomba memasarkan produk yang sebenarnya hampir sama namun dengan desain kemasan yang lebih menarik, sehingga persaingan antar produsen sebuah produk sangatlah ketat selain itu konsumen semakin banyak memiliki pilihan untuk memilih. Karena itu peranan sebuah identitas atau ciri khas dari desain sebuah kemasan sangat penting, dengan adanya identitas yang kuat dan jelas dengan adanya *positioning* yang tepat dan digunakan seragam maka konsumen lebih mudah untuk mengingat dan dikenal.

Saat ini HS Cake belum konsisten dalam penerapan desain kemasan yang menggambarkan ciri khasnya, hal ini dapat menimbulkan kesulitan bagi konsumen untuk mengingat produk yang ditawarkan. Karena itu, sangat penting untuk HS Cake dapat memiliki identitas sekaligus sebagai jaminan dari kualitas produk kue tradisional yang dijual, serta menunjukkan bahwa HS Cake peduli dengan konsumen yang membutuhkan sarapan siap saji yang fresh dan praktis.

Desain yang dibuat oleh penulis telah menjawab permasalahan yang ada, misalkan saja pada kemasan saat ini fungsinya untuk memudahkan konsumen pada saat makan dan pada saat membawa produk agar lebih praktis, selain itu desain yang dirancang ini dapat terlihat lebih konsisten dari tampilan visualnya sehingga dapat menggambarkan ciri khasnya.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat yang telah diberikan-Nya kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik.
2. Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Adi Satria Kurniawan, S.Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Tin Tin Sumarni, selaku pemilik toko kue "HS CAKE", yang telah memberikan ijin, meluangkan banyak waktu dan informasi kepada penulis dalam melaksanakan tugas akhir.
5. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
6. Kepada orang terkasih dan teman-teman ercinta yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

## Daftar Pustaka

- Anggraini, C. "Pembabakan Masa Prasejarah berdasarkan". Agustus 2012. 11 April 2014.  
<<http://canggraini.blogspot.com/2012/08/pembabakan-masa-prasejarahberdasarkan.html>>.
- "Mengenal Fungsi Kemasan." *Departemen Kehutanan*. 2012. 11 April 2014.  
<[http://pphp.deptan.go.id/dis\\_informasi/1/3/59/1466/Mengenal\\_Fungsi\\_Kemasan\\_\(bagian\\_ke\\_II\).html](http://pphp.deptan.go.id/dis_informasi/1/3/59/1466/Mengenal_Fungsi_Kemasan_(bagian_ke_II).html)>.

- “Pengertian Persepsi Menurut Para Ahli.”  
*Pengertianahli*. November 2013. 11 April 2014.  
 <<http://www.pengertianahli.com/2013/11/pengertian-persepsi-menurut-para-ahli.html>>.
- Azusfe. “Sekilas Manajemen Pemasaran.”  
 November 2010. 11 April 2014.  
 <<http://azusfe.blogspot.com/2010/11/sekilas-manajemen-pemasaran.html>>.
- “Prinsip- prinsip Desain Tipografi”. 2013.  
 23 April 2014.  
 <<http://berbagidarmawan.blogspot.com/2011/03/prinsip-prinsip-desain-tipografi.html>>.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Sandra A. Krasovec. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Meliala, Dedy. “Pengertian dan Tujuan Promosi”. November 2012. 25 April 2014.  
 <<http://berbaubisnis.blogspot.com/2012/09/pengertian-dan-tujuan-promosi.html>>.
- Harminingtyas, Rudika. “Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model VIEW dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang.” *Jurnal STIE Semarang* 5.2 (Juni 2013):1-18. 25 April 2014.  
 <<http://jurnal.stiesemarang.ac.id/index.php/JSS/article/view/64>>.
- Wirya, Iwan. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT gramedia Pustaka Utama, 1999.
- “Sejarah Kemasan”. Januari 2013. 25 April 2014.  
 <<http://mulairuangcatatan.blogspot.com/2013/01/sejarah-kemasan.html>>.
- “Data Sekunder dan Data Primer”. Juni 2009. 25 April 2014.  
 <<http://nagabiru86.wordpress.com/2009/06/12/data-sekunder-dan-data-primer/>>.
- Nova. “Sejarah Perkembangan Teknik Kemasan”. November 2013. 25 April 2014.  
 <<http://dosen.polimedia.ac.id/nova/2013/11/11/sejarah-perkembangan-teknik-kemasaan/>>.
- W.,Rahat. “Pengenalan Packaging Produk”. Mei 2010. 25 April 2014.  
 <<http://packaging-development.blogspot.com/2010/05/pengenalan-packaging-produk.html>>.
- Ratumeffi. “Segmentasi Pasar dan Analisa Demografi”. Oktober 2013. 25 April 2014.  
 <[http://ratumeffi.blogspot.com/2013/10/segmentasi-pasar-dan-analisa-demografi\\_27.html](http://ratumeffi.blogspot.com/2013/10/segmentasi-pasar-dan-analisa-demografi_27.html)>.
- Sarutobi, Rdiyan. “Data Primer Data Sekunder Skripsi”. 2010. 25 April 2014.

rdiyansarutobi.blogspot.com/2010/10/data-  
primer-data-sekunder-skripsi.html

“Desain Kemasan”. 27 Januari 2008. 25  
April 2014.

<[http://tonz94.wordpress.com/2008/01/  
27/desain-kemasan/](http://tonz94.wordpress.com/2008/01/27/desain-kemasan/)>.

Zulsae. “Analisis Brand Image dan Kemasan  
Produk”. Oktober 2013. 25 April 2014.

<[http://zulsae.blogspot.com/2013/10/a  
nalysis-brand-image-dan-kemasan-  
produk.html](http://zulsae.blogspot.com/2013/10/analisis-brand-image-dan-kemasan-produk.html)>.