

PERANCANGAN LOGO DAN KEMASAN EDISI SPESIAL UNTUK KELKENTH CAKE DI MANADO

Miora S Prayogo¹, Listia Natadjaja², Mendy H. Malkisedek³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
Email: mioraprayogo@yahoo.com

Abstrak

Kelkenth Cake merupakan sebuah perusahaan *home industry* di kota Manado yang telah berdiri sejak tahun 2008. Untuk meningkatkan *Brand Image* dan pelayanan serta memenuhi kebutuhan konsumen. Perlu dilakukan perancangan logo dan kemasan agar Kelkenth Cake memiliki sebuah *Brand Image* dan kemasan yang lebih menarik. Dengan adanya logo baru maka konsumen lebih mudah mengenal perusahaan tersebut, dan sebuah kemasan yang baru lebih konsisten dan dapat membedakan produk dengan pesaing, dimana kemasan memiliki beberapa edisi spesial yaitu Natal, Imlek, Idul fitri, Valentine, dan Ulang tahun yang dibuat dengan desain grafis yang sesuai edisi dan menarik, sehingga tujuan peningkatan pelayanan terhadap konsumen dapat tercapai.

Kata Kunci : Perusahaan Kelkenth Cake, Identitas, Kemasan, Manado

Abstract

Title: Design of Logo and Special Edition Packaging Design for Kelkenth in Manado

Kelkenth Cake was founded in 2008 and it's one of leading home industry in Manado. Improving brand image and customer service become one of the important thing to fulfil the customer needs. Therefore, designing a logo and packaging is the way to have brand image with an interesting packaging. As a result of the logo and packaging design, the customer become more familiar with the company and the new packaging become more consistent. With the new packaging design the customer can diffrenciate the company product with the others. Besides, the new packaging has interesting and brand new design element with special edition type wichis Chrismast, Chinese New Year, Eid Mubarak, Valentine and Happy Birthday. Because of that the customer service is improved.

Keywords: Company Kelkenth Cake, Identity, Packaging, Manado

Pendahuluan

Di Indonesia ini mulai banyak *home industry* yang menjual berbagai jenis kue, yang dapat membedakan produk satu dengan produk lainnya. Kemasan juga membantu dalam proses pendistribusian produk, baik pesanan biasa ataupun pesanan edisi spesial, seperti pada saat hari raya.

Sebagai salah satu contohnya, yaitu Kelkenth Cake di Manado. Kelkenth Cake merupakan sebuah perusahaan *home industry* di kota Manado yang telah berdiri sejak tahun 2008, nama dari Kelkenth *cake* sendiri terinspirasi dari nama kedua anaknya yaitu Kelvin dan Kenneth. Usaha kerja keras Ny. Heny dimulai dengan resep kuno dari Ibunya, namun kurang puas dengan hanya mengetahui beberapa jenis *cake* saja yang di kuasai, akhirnya pada tahun 2011

Ny. Heny menambah lagi pengetahuannya terhadap berbagai jenis *cake* modern hingga belajar beberapa resep ke luar negeri.

Walaupun belum memiliki sebuah toko untuk bisa mempromosikan langsung, tiap harinya Ny. Heny tetap mendapat pesanan. Selain dari itu, pesanan pada hari tertentu atau saat edisi spesial tersebut ternyata sangat banyak, di mana para konsumen pada umumnya memesan dan memberikan untuk sebuah pemberian (*gift*) untuk orang terdekat seperti keluarga, kerabat, hingga rekan kerja.

Namun penulis melihat, untuk lebih meningkatkan *brand image* serta makna dari pemberian pada saat hari spesial, akan lebih baik jika Kelkenth Cake memiliki sebuah logo paten yang nantinya dapat diingat dan menancap dalam benak konsumen, karena

selama ini logo Kelkenth Cake selalu berubah-ubah. Logo dan *Brand* (merek) adalah suatu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah perusahaan. Keduanya berfungsi sebagai identitas yang merepresentasikan citra sebuah perusahaan di mata konsumen (Studio, 2010).

Di samping itu, pentingnya kemasan yang tepat untuk menggambarkan citra Kelkenth Cake serta suasana perayaan hari spesial tersebut, juga dapat meningkatkan pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan. Sekarang ini, desain kemasan dan pemasaran produk merupakan ilmu pasti, untuk dapat berkompetensi, maka harus mengetahui bahwa teknik pemasaran yang kreatif merupakan pemasaran yang mengantisipasi *trend* masa depan. Mengetahui kebiasaan konsumen dalam berbelanja merupakan salah satu informasi yang sangat penting saat melakukan perencanaan pada desain sebuah kemasan (Roth, 2000), sehingga pada saat seseorang yang menerima hadiah kue tersebut dalam kemasan yang tepat sesuai hari spesial pada hari itu, langsung bisa mendapatkan makna dan ucapan dari pemberinya. Tidak hanya itu, pembeli yang memberikan kue tersebut akan lebih merasa puas, dimana tujuan mengucapkan pesan untuk hari spesial tersebut melalui sebuah kue dapat langsung terlihat dan tersampaikan dengan kemasan yang tepat guna menggambarkan hari spesial pada saat itu.

Mengingat semakin banyaknya persaingan dengan kompetitor yang ada, serta apabila pesaing menjual produk yang sama dengan kemasan yang jauh lebih menarik maka hal ini akan menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan, maka dari itu merancang sebuah kemasan yang menarik yang dapat menggambarkan suasana spesial akan menjadi salah satu faktor bagi konsumen untuk membeli kue sebagai sebuah hadiah perayaan hari tersebut. Tidak dipungkiri bahwa konsumen pada masa sekarang bukan hanya menilai dari kepuasan rasa saja, namun juga akan melihat dari sisi yang lain, seperti pada desain kemasannya. Apalagi jika, konsumen tersebut membeli untuk diberikan sebagai sebuah pemberian untuk orang lain, maka hal itu akan lebih bermakna baginya.

Perancangan desain yang dipilih yaitu perancangan desain logo, untuk meningkatkan *brand image* di mata konsumen, dimana citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupaya keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Wahyono, 2012), serta desain kemasan untuk penjualan pada hari biasa (kemasan reguler) dan hari spesial tertentu, seperti hari raya natal dan tahun baru, Idul Fitri, Imlek, Valentine, dan Ulang tahun, terdapat alternatif desain kemasan yang dapat menggambarkan perasaan pada hari spesial tersebut, yang didesain sesuai dengan tema hari spesial. Sehingga dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat membedakan

Kelkenth Cake dengan penjual atau pesaing lainnya dan meningkatkan pelayanan serta kepuasan konsumen terhadap Kelkenth Cake, dimana sebuah desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar. Pada akhirnya sebuah desain kemasan berlaku pada sebuah pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik (Klimchuk dan Karsovec, 2007).

Metode Perancangan

Langkah-langkah berupa metode pengumpulan data dan metode analisa data yang digunakan :

Data primer

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung pada kondisi tempat usaha dari Kelkenth Cake di kota Manado, melihat proses penjualan, serta pengamatan menyeluruh untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Wawancara

Wawancara langsung terhadap pengelola atau pemilik Kelkenth Cake di Manado, pertanyaan akan disusun terlebih dahulu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, misalnya untuk mengetahui sejarah awal, latar belakang permasalahan, dan apa saja produk kue yang dijual oleh Kelkenth Cake. Dan juga wawancara terhadap konsumen atau para pembeli kue di Kelkenth Cake untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan.

c. Dokumentasi

Pengambilan dokumentasi yaitu untuk mengumpulkan gambar-gambar bukti dari Kelkenth Cake yang dibutuhkan sebagai penunjang, misalnya foto dari tempat usaha, kemasan lama yang digunakan, hingga produk-produk Kelkenth Cake.

Data Sekunder

a. Kepustakaan

Referensi yang didapatkan dari berbagai macam sumber misalnya buku artikel, koran, jurnal, dan makalah dengan cara meneliti informasi dan teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

b. Internet

Digunakan untuk mencari data-data pendukung untuk melengkapi data yang tidak dapat ditemukan pada metode kepustakaan. Dengan mencari data melalui *website* yang berkaitan dengan desain kemasan yang inovatif, kreatif, dan tepat guna, praktis sesuai dengan produk kuenya. Data ini dapat berupa artikel dari *blog* maupun berita.

Analisis Produk

Jenis produk yang dijual oleh Kelkenth Cake cukup beraneka ragam di antaranya *cake tart butter* atau *icing, cupcake, bludder*, lapis legit keju dan plum, coklat *d'tart*. Untuk *cake* sendiri bisa *me-request* apabila ada keinginan model atau bentuk yang diinginkan. Harganya pun pasti tidak sama, semakin sulit atau detail *cake* tersebut maka akan semakin mahal pula harganya.

Spesifikasi Produk :

- a. *Product* :
 - Menjual berbagai jenis kue (*cake*), tergantung dari permintaan atau orderan konsumen, akan tetapi biasanya membuka PO (*pre-order*) kue yang berbeda-beda untuk beberapa hari ke depan.
 - Menerima pesanan kue berdasarkan permintaan konsumen dalam jumlah tertentu.
 - Kue dibuat dengan bahan-bahan yang berkualitas, bersih, dan tanpa bahan pengawet.
- b. *Price* :
 - Harga yang di jual tidak sama, tergantung jenis kue dan permintaan konsumen.
- c. *Place* :
 - Belum memiliki toko (tetapi akan segera buka). Untuk sementara *cake* dibuat di rumah, apabila sudah jadi maka akan diantar (*delivery*) atau diambil oleh konsumen.
 - Memiliki beberapa pelanggan tetap.
- d. *Promotion* :
 - Promosi dari mulut ke mulut.
 - Melalui media sosial (*Instagram, BBM, Whats Up, Facebook*).
- Diferensiasi

Yang menjadi pembeda antara produk-produk dari Kelkenth Cake adalah jenisnya yang beraneka ragam, dan membuka *pre-order* kue yang berbeda-beda untuk beberapa hari ke depan, hal ini membuat konsumen yang terutama pencinta kue dapat menikmati dan mencoba jenis kue yang berbeda tiap harinya, dan pastinya tidak akan bosan.
- *Unique Selling Proposition (USP)*

Yang menjadi keunikan dan keunggulan dari Kelkenth Cake adalah lapis legit keju dan *plum* yang juga sebagai salah satu kue khas Manado, dan coklat de tart yang hampir selalu dipesan oleh konsumen dan memiliki jaminan cita rasa atau kualitas tersendiri.
- *Positioning*

Persepsi tentang merek atau *brand* yang ingin ditanamkan di benak konsumen Kelkenth Cake adalah sebuah *home industry* yang bergerak di bidang kue ini sebagai perusahaan kue yang menjamin kualitas yang baik, dan memiliki cita rasa yang enak serta dapat memberikan kepuasan

bagi setiap konsumen terutama pada kue andalannya yaitu lapis legit keju dan *plum* serta coklat de tart.

Konsumen

Konsumen Kelkenth Cake sebagian besar berasal dari kota Manado, beberapa konsumen membeli untuk dikonsumsi pribadi dan beberapa yang lainnya memesan untuk memberikan pada orang terdekat sebagai suatu hadiah atau ucapan pada hari spesial. Rata-rata konsumen Kelkenth Cake berasal dari kalangan menengah hingga menengah ke atas, dan pada umumnya adalah orang dewasa berusia 23 tahun hingga orang tua 47 tahun. Saat kuenya sudah siap / jadi biasanya konsumen atau pemesan akan datang dan membawanya dengan mobil, atau ada beberapa konsumen meminta untuk diantar / *delivery* ke rumahnya, maka kue akan diantar dengan menggunakan mobil. Untuk pemesanan kebanyakan para konsumen kebanyakan memesan melalui BBM (*Blackberry messenger*) dan menjelaskan permintaan sesuai keinginan mereka, namun dengan penggambaran yang sama yaitu cantik dan menarik.

Wilayah Pemasaran

Di Manado sekarang ini terdapat beberapa toko/perusahaan dan *home industry* yang menjual kue-kue. Hal ini menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Ditambah masyarakat yang suka membeli kue dan memberikannya pada orang terdekat seperti keluarga, saudara, teman, pacar, hingga rekan kerja. Wilayah pemasaran Kelkenth Cake sejauh ini di Manado, Sulawesi utara.

Analisis VIEW kemasan Kelkenth Cake :

Visibility

- **Material dan ukuran**

Material terbagi atas dua yaitu kardus tebal dan plastik transparan. Kardus tebal tersebut berfungsi sebagai wadah produk dan plastik sebagai penutup produk. Terdapat juga pita yang berguna untuk melindungi kemasan agar tidak mudah terbuka. Ukuran pada kemasan akan disesuaikan berdasarkan besarnya produk tersebut.
- **Warna**

Warna yang digunakan pada kemasan berwarna emas pada bagian bawah dan penutup plastik berwarna transparan. Serta stiker yang tertempel berwarna kuning. Pita yang digunakan berwarna biru.
- **Ilustrasi**

Pada kemasan tidak terdapat ilustrasi akan tetapi terdapat *sticker* bergambar lingkaran.
- **Tipografi**

Pada stiker yang tertempel terdapat informasi tentang perusahaan berupa nama perusahaan dan informasi perusahaan. Informasi tersebut menggunakan jenis huruf *sans-serif*.

- **Merek/Logo**
Tidak terdapat merek/logo yang digunakan dalam kemasan tersebut. Nama perusahaan hanya menggunakan tulisan dan tulisan tersebut yang digunakan sebagai identitas perusahaan.
- **Layout Desain**
Stiker yang berisikan informasi perasaan ditempelkan pada bagian depan kanan bawah kemasan.

Information

Informasi yang ada pada kemasan hanya sebatas nama perusahaan beserta alamat dan nomor telepon Kelkenth Cake.

Emotional Appeal

Jenis kemasan yang digunakan menunjukkan bahwa produk yang di jual bersih dan higienis. Akan tetapi kemasan tersebut masih banyak terdapat kekurangan dalam hal desain sehingga untuk kekuatan untuk mempengaruhi konsumen masih sangat lemah.

Workability

Kemasan yang digunakan terbagi atas dua bagian sehingga mempermudah konsumen untuk membuka dan menutupnya kembali. Karena menggunakan karton tebal bagian bawah sehingga isi produk sangat terlindung. Selain itu kemasan tersebut cukup ekonomis dan praktis.

Yang menjadi pesaing utama Kelkenth Cake adalah Lucy's Cake dan Tundi Cake.

Lucy's Cake memiliki *cupcake* dan *icing cake* sebagai produk andalannya, serta bentuk atau desain yang dibuat pun beraneka ragam. Perusahaan ini juga sudah memiliki identitas merek berupa logo, namun belum memiliki kemasan yang dapat membedakan produk sendiri dengan pesaing.

Sedangkan Tundi Cake menawarkan jenis produk yang beraneka ragam, memiliki kue klapper tart sebagai kue adalah dan juga sebagai kue khas Manado, Perusahaan ini juga memiliki identitas merek berupa logo, namun belum memiliki kemasan sendiri yang dapat membedakan dengan produk pesaing.

Konsep Perancangan

Tujuan Kreatif

Berdasarkan hasil riset dengan pemilik maupun konsumen Kelkenth Cake, tercipta sebuah ide kreatif yang mana mampu untuk lebih meningkatkan pelayanan dan mampu untuk bersaing dengan kompetitor yang ada. Tujuan perancangan Kelkenth Cake ini yaitu membuat sebuah *brand image* yang lebih baik, dimana dengan adanya sebuah logo yang paten dapat menggambarkan citra dari perusahaan itu sendiri, kemudian kemasan-kemasan yang didesain dengan unik dan dengan tema yang berbeda sesuai edisi spesial ini, yang nantinya dapat membedakan dengan produk pesaing, juga secara tidak langsung

mampu memberikan kontribusi dalam penjualan serta kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Brand Positioning

Brand dari Kelkenth Cake sendiri belum memiliki logo yang paten serta masih menggunakan kemasan standar yang kurang dapat menggambarkan citra dan *brand* dari Kelkenth Cake itu sendiri, Diharapkan melalui desain logo dan kemasan edisi spesial terhadap Kelkenth Cake ini bisa memberikan sebuah kesan atau menempatkan *brand* atau produk Kelkenth Cake di benak calon konsumen. Pesan yang ingin disampaikan melalui perancangan logo dan desain kemasan edisi spesial ini yaitu bahwa produk-produk yang ditawarkan oleh Kelkenth Cake adalah produk yang berkualitas tinggi, memiliki cita rasa yang enak, dan terjamin kebersihan dan ke higienisannya. Setelah itu, dengan bentuk dan desain kue yang tidak kalah menarik mampu bersaing dengan kompetitor yang lain, sehingga dengan adanya desain logo dan kemasan ini dapat membuat konsumen lebih tertarik dan puas saat membeli produk dari Kelkenth Cake. Kemudian, tercipta persepsi dalam benak konsumen Kelkenth Cake bahwa produk yang dijual memiliki kualitas tersendiri dan terjamin. Selain itu, secara keseluruhan diharapkan dengan adanya sebuah logo dan kemasan untuk setiap edisi spesial ini mampu mempengaruhi baik konsumen yang sering membeli, atau calon konsumen yang akan membeli untuk terus membeli dan menikmati produk Kelkenth Cake serta dapat merasakan kepuasan sehingga akan terus membeli secara berkelanjutan. Disamping itu, dengan adanya logo juga akan lebih mudah untuk mengenali sebuah brand dan membangun citra perusahaan. Sedangkan, efek visual dari kemasan dapat meningkatkan pelayanan untuk konsumen serta nilai jual dan memenuhi kebutuhan.

Brand Identity

Brand identity Kelkenth Cake yang akan ditampilkan pada kemasan yaitu berupa logo yang nantinya akan didesain, alamat, dan nomor telepon/*handphone*. Untuk logo yang akan dicantumkan dalam kemasan nantinya berupa *logotype* dan *logogram*. *Logotype* berupa tulisan "Kelkenth Cake" dan *logogram* berupa bentuk ilustrasi kue. Untuk kemasan, nantinya akan menggunakan visual dengan ilustrasi-ilustrasi yang berbeda sesuai dengan edisinya masing-masing, dan pemilihan warnanya serta jenis *font* pun berbeda-beda yang nantinya akan disesuaikan dengan tema tiap edisi.

Brand Image

Saat hendak membeli sebuah produk, konsumen tidak hanya sekedar membeli begitu saja, namun juga akan melihat identitas produk berupa informasi dan identitas merek yang terdapat di kemasannya, hal ini yang akan dipersepsikan oleh konsumen sebagai citra merek, terlebih lagi apabila hal ini diberikan pada orang lain sebagai suatu ungkapan, maka akan

menimbulkan calon konsumen baru yaitu penerima *cake* tersebut, dengan citra merek yang baik maka akan lebih meningkatkan nilai jual yang lebih baik pula. Melalui desain logo dan kemasan ini, diharapkan mampu memberikan dan menimbulkan *image* baru dimata konsumen maupun calon konsumen sebagai sebuah produk yang berkualitas tinggi dan terjamin serta memiliki cita rasa yang enak. Produsen harus dapat meningkatkan citra merek / perusahaannya dengan baik dan positif, sehingga dapat mempengaruhi dan meningkatkan daya beli konsumen. Maka dari itu, citra merek dan citra produk dibangun melalui desain logo dan kemasannya.

Strategi Kreatif

Strategi telah di rancang untuk mencapai suatu tujuan kreatif yang telah direncanakan, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Mengumpulkan dan mempersiapkan informasi yang mendukung dan tepat yang dapat digunakan baik secara visual maupun verbal.
- Mempelajari dan mengolah lagi informasi yang telah didapatkan, mendesain logo yang tepat yang dapat membangun citra merek perusahaan, serta menentukan elemen atau ilustrasi desain sesuai dengan tema perayaan tiap edisi spesial. Sehingga dapat bermanfaat dan efektif sebagai sarana dalam meningkatkan pelayanan dan nilai jual Kelkenth Cake.
- Mendesain logo untuk menggambarkan citra perusahaan, logo akan dibuat dengan menggunakan penggabungan jenis *logotype* dan *logogram*
- Kemasan akan dibuat dengan menggunakan bahan karton dan mika serta desainnya akan menggunakan tema yang akan disesuaikan dengan setiap edisi hari spesial, dan kemasan reguler pada hari biasa.

Pola Dasar Bentuk Kemasan

Bentuk dasar kemasan menggunakan kemasan yang dibeli di toko-toko bahan kue pada umumnya, dimana kemasannya masih standar dan belum paten.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari fungsi utama sebuah kemasan. Kemasan merupakan salah satu bagian penting untuk sebuah produk. Hal ini disebabkan karena penggunaan kemasan dapat menentukan kualitas dari sebuah produk. Kemasan yang digunakan pada sebuah produk juga dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengenalkan serta mendekatkan produk yang dihasilkan kepada konsumennya, sehingga konsumen pun akhirnya akan memiliki ketertarikan tinggi terhadap produk tersebut.

Sebuah produk tanpa kemasan bisa saja diibaratkan sebagai suatu karya tanpa busana. Oleh sebab itu kemasan bukan hanya merupakan wadah, akan tetapi juga sebagai pelengkap bagi sebuah produk agar tampak lebih menarik dan menonjol.

Sementara itu apabila ditilik dari fungsinya, kemasan yang digunakan pada sebuah produk kerajinan secara prinsip memiliki 4 fungsi utama, yaitu :

1. menjual,
2. melindungi,
3. memudahkan penggunaan,
4. memperindah penampilan produk.

Fungsi-fungsi utama tersebut sangat penting untuk diperhatikan agar sebuah produk menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual lebih. Bahan kemasan yang digunakan perlu disesuaikan dengan jenis produk yang akan dikemas, sebab kemasan yang dipakai juga harus berguna untuk melindungi produk dari kerusakan. Kemasan yang digunakan juga dapat dimanfaatkan sebagai penunjang produk-produk utama sehingga produk yang dikemas akan terlihat lebih menarik.

Bahan / Material Dasar Kemasan

Kemasan yang nantinya dibuat untuk Kelkenth Cake akan di usahakan merupakan kemasan yang praktis, unik, higienis, dan ergonomis. Namun tetap terlihat modern dan elegan. Ada dua macam ukuran kue yang ada di Kelkenth Cake ini, yaitu ukuran 25 x 25 x 10 cm, dan 28 x 28 x 10 cm. Kemasan ini nantinya akan dibuat dengan menggunakan kertas karton 300 gram jenis Ivony, dan beberapa desain akan terdapat beberapa lubang yang akan ditutup dengan menggunakan mika transparan ini berfungsi untuk konsumen melihat isi kue saat mengambil tanpa membuka kemasan.

Gaya Desain

Desain yang akan digunakan dalam perancangan kemasan ini ada yang untuk reguler pada hari biasa dan juga desain yang tematik sesuai dengan hari-hari edisi spesial untuk hari perayaan khusus, yang mana ditujukan untuk dapat menyampaikan makna dan pesan sukacita dari hari spesial tersebut, namun secara garis besar jika di tinjau, semua desain kemasan tetap memiliki kesatuan desain yang sama. Kemudian desainnya akan dibuat menggunakan beberapa warna yang sedikit berbeda, jenis *font*, serta ilustrasi gambar yang berbeda yang mana disesuaikan dengan hari tiap edisi spesial tersebut.

Sistem Buka Tutup

Untuk sistem buka tutup kemasan akan dibuat di atas kemasan ini agar memudahkan saat pengambilan kue dari kemasan, dan tidak merusak hiasan atau kue bagian samping saat ingin mengangkatnya untuk keluar dari kemasan.

Warna

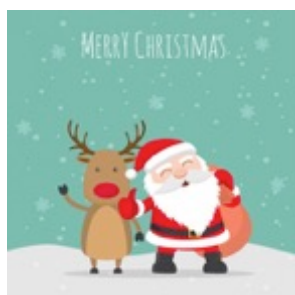
Untuk warna yang akan digunakan, beberapa warna akan berbeda-beda untuk tiap kemasan. Namun dilihat secara keseluruhan dalam setiap desain tetap akan menggunakan beberapa warna yang sama yaitu kuning kecokelatan, hal ini bertujuan untuk membuat

Kelkenth Cake ini memiliki suatu gaya desain atau citra khas tersendiri yang terkesan elegan melalui kemasannya. Namun akan ada beberapa pula warna tambahan yang berbeda-beda yang nantinya kan disesuaikan dengan setiap edisi spesial.

Merek / Logo / Brand Name

Merek logo yang akan disertakan dalam kemasan yaitu logo Kelkenth Cake dan beserta identitas pendukung lainnya, yaitu berupa alamat dan nomor telepon.

Ilustrasi / Gambar



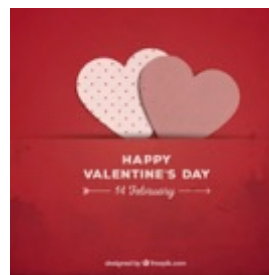
Gambar 1. Ilustrasi gambar X-mas
sumber : http://www.freepik.com/free-vector/merry-christmas-illustration_82316.htm-term=christmas&page=1&position=6



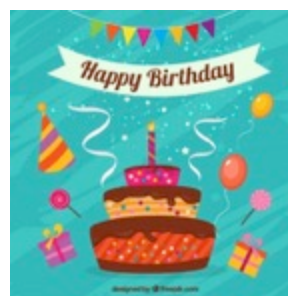
Gambar 2. Ilustrasi gambar Imlek
sumber : http://www.freepik.com/free-vector/asian-ornaments-garlands-new-year-background_832935.htm#term=chinese%20new%20year&page=1&position=20



Gambar 3. Ilustrasi gambar Idul fitri
sumber : <http://situshandphone.com/sms-kata-ucapan-selamat-lebaran-idul-fitri-1436-h-terbaru-2015/>



Gambar 4. Ilustrasi gambar Valentine
sumber : http://www.freepik.com/free-vector/red-valentine-background-with-paper-hearts_831533.htm#term=valentine&page=1&position=10



Gambar 5. Ilustrasi gambar Ulang tahun
sumber : http://www.freepik.com/free-vector/happy-birthday-card-with-cake_802752.htm-term=birthday&page=1&position=1

Jenis Font / Tipografi

Pada kemasan dibuat dengan tipografi yang berbeda-beda, yang akan disesuaikan dengan tema tiap edisi spesial. Pada penulisan alamat dan nomor telepon menggunakan jenis huruf Lato:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Untuk kemasan hari Natal akan menggunakan jenis huruf What I Want For Christmas, karena berupa tulisan *script* yang lebih menggambarkan hari natal serta kebahagiaan dan kemeriahannya:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Untuk kemasan hari Imlek akan menggunakan jenis huruf Seven Monkey Fury BB, jenis *font* ini terlihat seperti tulisan cina, maka kesan imlek akan langsung dapat terasa:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 1234567890

Untuk Kemasan hari Raya Idul Fitri akan menggunakan jenis huruf Alhambara, jenis *font* ini cenderung seperti kaligrafi tulisan arab, maka hari raya Lebaran pun akan dapat tergambarkan:

يٰۤاَيُّهَا الْمَدِيْنَةُ الْيَوْمَ
 يٰۤاَيُّهَا الْمَدِيْنَةُ الْيَوْمَ
 1234567890

Untuk kemasan hari Valentine akan menggunakan jenis huruf Sacramento, karena jenis huruf *script* ini, dapat memperlihatkan kesan kasih dan sayang dari lekukan hurufnya:

ABCDEFGHIJKLMNO
 PQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Untuk kemasan hari Ulang Tahun akan menggunakan jenis huruf Scriptina, di mana jenis huruf ini *script* dan dapat menggambarkan keceriaan:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Komposisi / Tata Letak

Untuk penempatan logo pada tiap kemasan berbeda-beda, ada yang diletakkan di bagian sisi atas kemasan dengan posisi di tengah, dan juga ada yang di letakkan di sisi belakang. Identitas perusahaan akan disertakan di bawah logo, kemudian ilustrasi atau gambar pendukung akan berada di sisi depan kemasan dan juga ada yang *double* yaitu sisi depan dan sisi belakang, namun tetap dengan komposisi yang rapi dan enak dipandang.

Proses Desain

Penjaringan Ide Bentuk

Proses pengembangan desain kemasan Kelkenth Cake terbentuk dari berbagai macam kemasan kue yang menarik sehingga dengan uniknya gaya desain kemasan tersebut mampu meningkatkan pelayanan konsumen, pada kue yang dijual sehingga secara tidak langsung juga meningkatkan daya beli konsumen. Dewasa ini terdapat berbagai macam bentuk kemasan mulai dari yang berbentuk silinder, segi lima, segitiga,

dan kotak. Oleh karena itu, demi untuk meningkatkan pelayanan dan dapat bersaing dengan kompetitor maka ide untuk membuat desain kemasan Kelkenth Cake muncul. Pada mulanya kemasan yang digunakan Kelkenth Cake hanya menggunakan kemasan yang dijual di toko pada umumnya dan tidak konsisten. Selain itu, perusahaan tidak mempunyai identitas yang dapat mencitrakan perusahaan. Sehingga penulis merasa perlu untuk mengembangkan logo atau identitas perusahaan. Desain kemasan yang baru nantinya mempunyai beberapa macam desain berdasarkan hari edisi spesial, kemudian kemasan reguler digunakan pada hari biasa. Hari spesial tersebut terdiri dari hari raya Imlek, Natal, Idul Fitri, Valentine dan Ulang Tahun.

Pengembangan Logo / Brand Name

Pengembangan logo Kelkenth Cake merupakan salah satu hal paling penting dalam proses desain karena selama ini tidak terdapat logo Kelkenth Cake. Sehingga pada Logo yang dibuat dibentuklah bentuk kue agar dengan sekali lihat konsumen dapat mengetahui pekerjaan yang dilakukan perusahaan tersebut. Selain itu logo dibuat sesederhana mungkin agar konsumen dapat selalu mengingat logo tersebut sehingga setiap konsumen membutuhkan kue konsumen mengingat perusahaan Kelkenth Cake.



Gambar 6. Logo baru Kelkenth Cake

Pengembangan Kemasan



Gambar 7. Kemasan Christmas dan Tahun baru



Gambar 8. Kemasan Imlek



Gambar 9. Kemasan Idul Fitri



Gambar 10. Kemasan Regular



Gambar 11. Kemasan Valentine



Gambar 12. Kemasan Ulang Tahun



Gambar 13. Semua Kemasan

Media Penunjang



Gambar 14. Kartu nama dan Brosur

Kesimpulan

Dengan adanya logo dan kemasan yang baru akan lebih memudahkan konsumen untuk selalu mengingat perusahaan Kelkenth Cake. Selain itu desain kemasan yang baru lebih konsisten sehingga secara tidak langsung konsumen akan merasa lebih mengenal perusahaan tersebut. Logo yang baru juga menggunakan warna merah tua, maka akan lebih menarik perhatian serta bentuk dasar logo yang baru menggunakan bentuk kue yang sederhana sehingga konsumen dengan mudah mengetahui bidang usaha perusahaan. Dengan perpaduan warna dan bentuk dasar logo yang baru konsumen dengan mudah mengingat logo yang baru serta secara tidak langsung jika konsumen menginginkan atau membutuhkan kue maka yang muncul di benak konsumen adalah perusahaan Kelkenth Cake dan secara tidak langsung hal tersebut meningkatkan *brand image* perusahaan.

Logo dan kemasan yang telah dibuat juga menawarkan desain lain dari yang lain serta terdapat tambahan kemasan edisi khusus guna meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dan secara tidak langsung meningkatkan daya beli. Selain menarik, bahan yang digunakan juga dapat dengan mudah diperoleh dengan harga yang sangat terjangkau sehingga, konsumen tidak terbebani dengan desain kemasan yang baru. Kemasan yang baru dibuat sesuai dengan bentuk dan ukuran produk yang diinginkan agar produk terlindungi dengan baik dan dengan mudah untuk didistribusikan. Kemasan yang baru didesain dengan gaya desain yang minimalis, elegant dan modern serta terlihat bersih. Oleh karena itu dengan adanya kemasan yang baru konsumen mendapatkan peningkatan pelayanan dan peningkatan *brand image* perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan efisiensi dalam perancangan logo dan kemasan perlu dilakukan survei

terhadap konsumen lebih dalam. Agar dapat mengetahui kebutuhan pasar yang selalu berubah.

2. Setiap pembuatan kemasan perlu adanya perancangan terhadap kekuatan kemasan. Agar kemasan menjadi lebih kokoh dan mudah di transportasikan.
3. Perancangan ilustrasi salah satu hal yang paling penting sebelum melakukan ilustrasi sebaiknya dilakukan survei lokasi agar ilustrasi yang digunakan lebih tepat sasaran ke konsumen.

Daftar Referensi

- Klimchuk, Marianne Rosner & Sandra A.Karsovec.
Desain Kemasan perencanaan mereproduksi yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2007.
- Roth, L. (2000). *Packaging design an introduction.*
 New York : Van Nostrand Reinhold
- Studio, D. (2010, 10 12). *Logo dan brand ; pengertian, fungsi, dan perbedaannya.*
 Retrieved 10 12, 2010, from desain studio:
<http://www.desainstudio.com/2010/10/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan.html>
- Wahyono, B. (2012, 11 09). *Pengertian brand image.*
 Retrieved from pendidikan ekonomi:
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html>