

Perancangan Redesain Kemasan *Muesli* Instan Kukkkikit

Felita Gutana¹, Elisabeth Christine Yuwono²,
Vanessa Yusuf³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan
Desain, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya, Jawa Timur,
60236
Email:
felitagutana@gmail.com

Abstrak

Produk *muesli* instan dari Kukkkikit memiliki potensi di pasar karena keunikannya, namun kemasan dari produk ini masih kurang fungsional dan desainnya kurang berkesinambungan membuat produk yang dijual tidak sesuai dengan *brand image* Kukkkikit dan mempengaruhi keputusan calon konsumen dalam membeli produk. Perancangan ini bertujuan untuk membuat kemasan yang fungsional dan dapat dikonsumsi secara instan sesuai dengan nama produknya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisa *VIEW* dan dari hasil penelitian ditemukan analisa fitur kemasan dari Kukkkikit sebelumnya serta masalah dari kemasan tersebut. Perancangan redesain kemasan *muesli* instan Kukkkikit mencoba untuk memberi solusi dari permasalahan kemasan produk Kukkkikit agar lebih ringkas, fungsional dan sesuai dengan *brand image* Kukkkikit.

Kata kunci: Desain kemasan, *Muesli* instan, Kukkkikit

Abstract

Title: *Kukkkikit's Muesli Instant Packaging Redesign*

Kukkkikit's instant muesli have potential in the market because of its uniqueness, but the packaging of this product is still lacking in functionality and the design is not compatible that made the products sold do not match with Kukkkikit's brand image and affect potential buyer's decision in buying the product. This research intended to make a packaging that is functional and can be consumed instantly according to the product's name. The data analysis method used was VIEW and from the results of the study found the packaging features from the previous design and few problems from the packaging design as well. Kukkkikit's Instant Muesli Packaging Redesign try to give a solution to Kukkkikit's previous packaging design problems to make it simpler, more functional and in accordance to Kukkkikit's brand image.

Key Words: *Packaging Design, Instant Muesli, Kukkkikit*

Pendahuluan

Perkembangan usaha-usaha kecil di Indonesia saat ini sedang sangat maju dan ramai. Banyak orang memulai usaha perdagangan salah satunya dengan cara terjun ke bisnis *online* melalui internet dan media sosial (Setiyaningsih, 2019). Sebelum media sosial berkembang pesat di Indonesia, persaingan pasar hampir belum ada, namun sekarang persaingan sangat ketat dan perlu adanya keunikan dalam produk yang dijual agar dapat menonjol dalam pasar. Salah satu produk yang sedang *trend* saat ini adalah

makanan sehat (Lina, 2018) beberapa usaha mulai bermunculan seperti toko makanan yang khusus menjual *salad*, jus buah murni dan beberapa restoran juga mengeluarkan varian produk sehat seperti mie hijau (yang dibuat dari sayuran). Karena produk-produk ini sudah umum di Indonesia, maka Kukkkikit dipilih karena keunikan produknya yang masih jarang diketahui oleh masyarakat Indonesia.

Kukkikit adalah salah satu usaha kecil yang bergerak di bidang *online* dan juga mempunyai produk makanan sehat. Produk yang dijual Kukkikit adalah *cookies*, *brownies*, *granola* dan *muesli*. Asal mula Kukkikit dibuat karena kesukaan pemilik terhadap hal-hal bernuansa Jepang, sehingga nama Kukkikit sendiri berasal dari “*Cookies Kitchen*” yang dalam bahasa Jepang disebut “*Kukkikitchin*” lalu disingkat menjadi Kukkikit. Varian rasa dari produk Kukkikit ini pun terinspirasi dari rasa-rasa yang awalnya terkenal dan khas dari Jepang lalu beredar dan banyak diikuti di pasaran seperti *taro*, *banana* dan *green tea*. Sebelumnya rasa-rasa tersebut tidak banyak dibuat untuk menjadi varian rasa produk di Indonesia, namun setelah adanya pengaruh dari makanan dan minuman khas Jepang (seperti *dango*, cokelat *green tea*, *matcha latte*) yang terkenal unik dan ternyata cocok dengan lidah orang Indonesia, akhirnya rasa-rasa ini banyak diaplikasikan ke berbagai macam makanan dan minuman di Indonesia.

Kukkikit sudah memulai usaha *online* sejak tahun 2018. Tempat produksi terletak di rumah pemilik, produknya dijual secara *online* dan *sharing mouth by mouth* dari testimoni pembeli. Jadi penjualan produknya melalui foto sebagai daya tarik utama konsumen. Selama ini pengiriman Kukkikit hanya di area Surabaya menggunakan layanan antar *gojek* ke konsumen.

Salah satu produk Kukkikit yaitu *muesli*, adalah makanan ringan sehat dan kaya nutrisi yang terbuat dari *oat* (haver), kacang-kacangan, buah-buahan kering dan biasanya dicampur dengan pemanis seperti susu atau sirup dan lainnya. *Muesli* ini pernah diproduksi oleh Kukkikit sebelum *granola* mulai dibuat, namun setelah *granola* muncul, peminat *muesli* semakin berkurang karena konsumen merasa bahwa *granola* lebih instan dan mudah dikonsumsi dimana saja. Kedua produk ini hampir sama, perbedaannya, *granola* sudah dipanggang dan diberi pemanis (seperti *snack*) sedangkan *muesli* tidak dipanggang dan belum diberi pemanis (Setiaji, 2018).

Kelebihan produk *muesli* Kukkikit dibandingkan yang lain adalah varian rasa sesuai dengan *brand* Kukkikit yang bernuansa Jepang. Varian rasa ini terdapat di aroma *oat* dalam *muesli* namun tidak mengubah warna dari bahan. Kukkikit juga tidak menggunakan pewarna buatan, pemanis buatan dan pengawet. Selain itu produk ini juga *fresh* karena Kukkikit tidak menggunakan buah-buahan yang dikeringkan (yang nutrisinya berkurang) seperti *muesli* pada umumnya, namun Kukkikit menyediakan buah-buahan potongan segar tiap harinya serta susu sapi murni berbagai macam rasa. Pilihan produk *muesli* yang dijual oleh Kukkikit adalah *original muesli* 400gr, *mixed nut muesli* 400gr,

muesli instan 150gr *original & mixed nut* (satu paket dengan potongan buah segar dan susu), pelengkap *low-fat muesli* yaitu susu, sirup dan madu. Varian *muesli* rasa *original*, *chocolate*, *strawberry*, *green tea*, *taro* dan *banana* sedangkan varian susu rasa *original*, *chocolate*, *strawberry*, *green tea* dan *taro*.



Gambar 1. Kemasan *muesli* dan susu Kukkikit



Gambar 2. Kemasan buah segar Kukkikit

Masalah dari produk *muesli* milik Kukkikit ini adalah cara konsumsi mirip sereal yang terbilang rumit karena kemasan yang terpisah-pisah, tidak fungsional, dan tidak bisa dikonsumsi secara instan di mana saja karena harus menyediakan wadah lagi untuk menempatkan serta mencampur produk ini dengan pelengkap. Kendala lain pada kemasan *muesli* adalah *layout* gambar, tulisan, warna dan desainnya kurang tertata dan tidak berkesinambungan serta informasinya kurang.

Target audience dari produk ini adalah masyarakat perempuan SES A-B kelas menengah ke atas yang aktif di media sosial dan berusia 25-30 tahun yang *up to date* dan suka mencoba hal baru serta di usia yang harus mulai menjaga makanan, badan dan memulai pola hidup sehat (Lina, 2018). Karakter orang-orang yang membeli produk ini biasanya suka yang cepat, tidak repot, ingin tetap makan kenyang tetapi takut berat badannya bertambah, sehingga dengan 1 porsi *muesli* instan sudah dapat mengenyangkan perut seharian namun dengan gizi yang terpenuhi menurut prinsip gizi seimbang (air, vitamin, protein dan serat).

Melihat dari karakter *target audience* Kukkikit dan sebagai solusi dari permasalahan yang ada, maka konsep desain kemasan produk akan dibuat menjadi satu agar lebih ringkas. Namun, antara *muesli* dan

pelengkapnya tidak langsung bercampur supaya produk masih bisa *fresh* jadi konsumen tidak perlu kerepotan menyediakan pelengkap dan tempat lagi karena sudah dijual satu *set* dengan *muesli*. Produk juga bisa langsung dimakan di kemasan ini. Harapan dari pemilik Kukkkikit terhadap *redesain* kemasan ini adalah produknya menjadi pelopor *muesli* instan di Surabaya hingga ke luar kota di Indonesia dan produknya dapat bertahan di pasaran dalam jangka yang lama.

Metode Analisis Data

Berdasarkan analisa *VIEW* terhadap kemasan Kukkkikit Cookies, diperoleh data sebagai berikut:

1. *Visibility*

Kemasan sekarang kurang sesuai untuk target SES A-B karena kemasan yang sekarang desain grafisnya seperti layout, pemilihan gambar, tipografi dan warna kurang berkesinambungan.

2. *Information*

Pada kemasan, informasi yang tertera masih kurang seperti berat, kandungan, bahan yang digunakan dan informasi yang ada hanya logo dan varian.

3. *Emotional Appeal*

Beberapa calon konsumen yang ingin mencoba *muesli* (karena masih jarang di pasar Indonesia) kurang yakin akan produk yang dijual karena kemasannya dan informasinya tidak lengkap, terutama karena konsumen melihat dan menilai produk dari foto terlebih dahulu sebelum membeli.

4. *Workability*

Kemasan saat ini kurang melindungi isi produk karena kemasan transparan dan jika terkena sinar matahari akan mempengaruhi produk. Dalam hal pengiriman dan penyimpanan kemasan sudah berfungsi dengan baik namun untuk penggunaan produk yang disebut instan tidak berfungsi karena konsumen masih harus menyiapkan tempat untuk makan serta tidak bisa dikonsumsi di mana saja.

Konsep Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat kemasan *muesli* instan yang praktis, tidak memerlukan banyak tempat yang terpisah dan fungsional yang juga dapat dijadikan tempat makan tanpa harus memindah produk ke tempat lainnya. Kemasan juga ingin dibuat agar memiliki nilai seni yang dapat membuat produk sesuai dengan nilai jual terhadap target market serta membuat inovasi produk baru dengan kemasan unik di pasar.

Sebelumnya Kukkkikit memosisikan mereknya “*makanan ringan alami, sehat dan berkualitas*”, namun terlalu luas dan banyak jenis produk makanan ringan lain yang juga menyatakan produknya seperti

itu. Jadi *brand positioning* Kukkkikit akan dibuat menjadi “*fresh, set, healthy*” yang menunjukkan keunikan dan kelebihan dari produk Kukkkikit.

Brand identity yang ingin ditunjukkan pada konsumen adalah nuansa Jepang dari brand Kukkkikit serta kepraktisan dari makanannya yang fresh dan sehat serta instan yang sekaligus merupakan keunikan dari produk Kukkkikit.

Bentuk dasar kemasan *muesli* Kukkkikit berbentuk kemasan *pouch zipper* yang sama dengan kemasan sebelumnya. Kemasan *muesli* instan berbentuk silinder melebar karena akan digunakan sebagai tempat makan langsung *muesli* serta pelengkap yang berbentuk cairan seperti susu agar lebih memudahkan konsumen untuk mengambil produk dengan sendok. Kemasan sekunder sekaligus tersier untuk *muesli* instan berbentuk *sack* yang terkesan oriental dan sangat memperlihatkan tema Kukkkikit yaitu *style* Jepang.

Fungsi utama sebagai tempat pelindung produk yang praktis, tidak menggunakan terlalu banyak tempat untuk pelengkap produk dan dapat digunakan konsumen untuk menikmati produk dimana saja tanpa harus memindah produk ke tempat lain untuk mengkonsumsinya serta kemasan sekunder yang menyatukan satu *set* kemasan produk agar mudah dibawa.

Jenis kemasan primer yang akan digunakan Kukkkikit bersifat siap pakai, *disposable*, semi kaku terbuat dari bahan komposit karena bahan perlu menahan produk dan jika menggunakan bahan kaku seperti gelas kaca akan memakan biaya yang banyak jadi menggunakan bahan kertas *food grade* dengan partisi dan tutup plastik untuk menahan buah segar. Sedangkan kemasan botol plastik susu bersifat hermetis karena harus steril. Kemasan sekunder bersifat siap rakit, *disposable*, terbuat dari kertas tipis karena semua kemasan hanya sekali pakai agar lebih ramah lingkungan dan tidak memakan biaya banyak namun tetap dapat merangkap semua kesatuan produk.

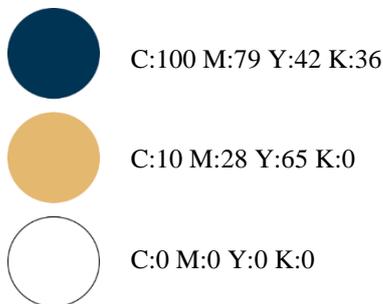
Strategi kreatif dalam perancangan ini adalah:

1. Pola dasar yang akan digunakan untuk kemasan primer *muesli* saja adalah plastik *zipper* atau *standing pouch* yang banyak digunakan pada kemasan makanan di Jepang agar dapat melindungi produk dalam jangka waktu yang cukup panjang dan dapat dibuka dan ditutup lagi jika produk tidak habis. Kemasan sekunder untuk *muesli* instan menggunakan bahan kertas tipis sesuai dengan tema Jepang yang banyak menggunakan kertas *disposable* yang ramah lingkungan namun tetap dapat menahan produk di dalamnya.
2. Gaya desain yang akan digunakan adalah campuran dari gaya desain *late modern* dan

international style. Gaya desain *late modern* memiliki prinsip *simplicity* dengan bentuk geometris yang terdistorsi, sederhana, dan non-dekoratif, yang terinspirasi dari *European Avant Garde* yang modern (Larasati, 2018).

3. Sistem buka tutup untuk kemasan produk muesli dengan menggunakan sistem zip lock pada bagian atas. Sedangkan untuk muesli instan menggunakan sistem buka tutup biasa yang tutupnya ditarik ke atas untuk membuka dan di tekan ke mangkuk untuk menutup. Kemasan sekunder menggunakan sistem buka tutup seperti hinged box yang ditarik ke belakang dengan sebuah tali di bagian tutupnya.

4. Warna yang digunakan adalah warna yang bernuansa Jepang yaitu biru, putih yang mengkomunikasikan bersih dan tenang serta paduan kuning yang mempresentasikan kesan *fresh* dan keceriaan untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar 3. Color palette

5. Gambar yang digunakan adalah *icon vector* bahan dan alat pembuatan produk Kukkikit sebagai hiasan. *Pattern* yang digunakan bernuansa Jepang yang terinspirasi dari pola *Hishi* yang mempunyai makna vegetasi akuatik herba yang merupakan simbol dari *grand-generativity* berarti memiliki produktivitas sangat kuat dan menolak nasib buruk yang akan datang dengan pola *Kikkou* atau *tortoise shell* yang memiliki makna *longevity* yang juga bermakna sebagai hidup yang panjang dan dirasa cocok dengan Kukkikit karena produk yang dijual adalah makanan sehat. (Mimi, 2018).

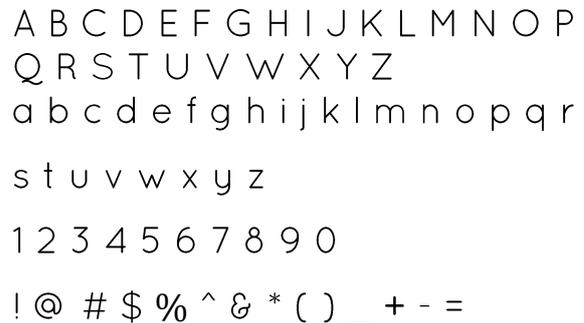


Sumber: www.pinterest.com

Gambar 4. Pattern Hishi & Pattern Kikkou

6. *Font/Tipografi* yang dipilih adalah sans serif menyesuaikan dengan logo *brand* Kukkikit. Pemilihan sans serif juga dikarenakan kesan yang

ingin diperlihatkan *modern* dan *simple* sesuai dengan *image brand* yaitu nuansa Jepang. *Font* yang digunakan adalah *Quicksand*.



7. Tata letak desain untuk kemasan *muesli* adalah penuh di *pouch* bagian depan dan belakang di bawah *ziplock*. Letak desain kemasan primer *muesli* instan di bagian penutup yang diikat bersama dengan kemasan, sedangkan di bagian mangkuk ada *sticker* untuk informasi produk. Letak desain pada kemasan sekunder *muesli* instan adalah di bagian antara penutup dan tempat untuk mengatupkan tutup berupa *sticker* sekaligus untuk *seal* dan juga logo Kukkikit di bagian tutup kemasan. Letak desain pada kemasan botol ada di *sticker* yang ditempelkan di bagian depan botol serta kertas penutup di bagian tutup botol.

Proses Desain

Pengembangan Logo/Brand Name

Logo dari Kukkikit tidak ada yang diganti karena sudah sesuai dengan merek dan tema dari *brand* itu sendiri, namun warna hanya diganti untuk menyesuaikan dengan tema warna biru kuning yang diambil untuk menyesuaikan dengan tema Jepang dan kuning tetap ada untuk mengesankan *fresh* dan *fun*.



Gambar 5. Logo Kukkikit warna awal dan warna sekarang

Pengembangan Desain

Ide awal adalah membuat kemasan primer yang fungsional untuk produk *muesli* instan, namun karena kendala biaya dan bahan yang tidak memungkinkan untuk dibentuk karena terbuat dari plastik kaku jadi kemasan primer menggunakan mangkuk kertas *food grade* yang sudah jadi dan

diberi partisi plastik untuk meletakkan buah segar. Botol susu juga menggunakan botol yang sudah jadi. Lalu, penutup kemasan primer *muesli* instan botol susu dan mangkuk diberi lapisan dari kertas yang diikat dengan tali seperti botol *sake* minuman khas Jepang. Kemasan sekunder dan tersier menjadi satu agar biaya lebih ekonomis dan tidak menggunakan banyak kemasan.



Gambar 6. Alternatif desain ke 3

Desain akhir yang dipilih adalah desain ke 3 namun bentuk masih dirubah bentuk dan dikembangkan lagi mirip dengan kemasan beras ala Jepang karena bahan box untuk kemasan sekali pakai terlalu mahal dan memakan banyak bahan untuk dibuat, pemilihan bahan kain ala Jepang untuk kemasan sekunder juga terlalu mahal dan tidak ramah lingkungan untuk sekali pakai. Selain itu bahan kain kertas seperti yang banyak digunakan di sebagai bahan kemasan di Jepang masih jarang ditemui disini dan harganya masih mahal. Untuk melapisi seluruh produk muesli instan memerlukan kain dengan ukuran yang sangat besar juga untuk melindungi keseluruhan produk. Jadi akhirnya dipilih bahan kertas tipis yang ramah lingkungan namun dapat menahan produk serta gampang dibentuk seperti tempat beras Jepang



Sumber: www.pinterest.com

Gambar 7. Referensi kemasan beras Jepang



Gambar 8. Cara pembuatan tutup kemasan sekunder *muesli* instan



Gambar 9. Cara pembuatan tutup kemasan primer botol dan tutup mangkuk

Final Desain



Gambar 10. Kemasan primer botol susu



Gambar 11. Kemasan primer mangkuk



Gambar 12. Kemasan sekunder *muesli* instan



Gambar 13. Kemasan *standing pouch* *muesli*



Gambar 14. Desain kartu nama



Gambar 15. Desain poster



Gambar 16. Desain Instagram



Gambar 17. Desain *Hang Tag*



Gambar 18. Sticker botol susu 5x5 cm



Gambar 19. Sticker tutup mangkuk 5x5 cm varian original



Gambar 20. Sticker tutup mangkuk 5x5 cm varian mixed nut



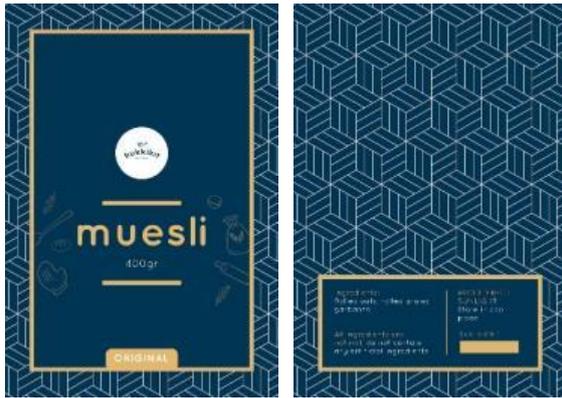
Gambar 21. Sticker label mangkuk 4x9 cm varian original



Gambar 22. Sticker label mangkuk 4x9 cm varian mixed nut



Gambar 23. Sticker kemasan sekunder 14x6.5 cm



Gambar 23. Sticker standing pouch 11x16 cm varian original



Gambar 24. Sticker standing pouch 11x16 cm varian mixed nut



Gambar 25. Final media

Kesimpulan

Dari proses perancangan ini dapat disimpulkan bahwa untuk membuat suatu produk memiliki nilai jual lebih, tidak hanya dengan produk yang unik saja melainkan juga membutuhkan visual pendukung yang bagus dan kemasan yang berfungsi dengan baik serta dapat menonjolkan keunikan produk serta *brand image* yang jelas. Sebagai solusi untuk

masalah kemasan *muesli* instan Kukkkikit, diperlukan kemasan yang baik serta fungsional agar dapat menjadi poin tambahan bagi nilai jual suatu produk serta menonjolkan karakter *brand* itu sendiri. Persepsi masyarakat terhadap nilai suatu produk juga terbentuk dari kemasan produk itu sendiri, maka dari itu kemasan sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Pemilik dari Kukkkikit juga memberikan umpan balik yang positif dari perancangan redesain kemasan ini karena dengan adanya komunikasi mengenai pembuatan kemasan, pemilik juga mulai menyadari pentingnya desain kemasan untuk produknya agar dapat bersaing serta meningkatkan penjualan dari produknya. Selain itu, pemilik merasa sekarang tidak perlu lagi bingung untuk mengemas produk satu persatu dan menggunakan banyak kemasan.

Saran

Membuat sebuah kemasan perlu memperhatikan biaya yang ekonomis dan sesuai dengan nilai jual suatu produk, selain itu dalam membuat kemasan juga perlu memperhatikan bahan yang digunakan, terutama jika kemasan suatu produk hanya sekali pakai, tentunya perlu bahan yang ramah lingkungan. Desain kemasan juga harus dapat menjawab keperluan konsumen agar mempermudah penggunaan, membuat lebih ringkas, fungsional untuk mengkonsumsi suatu produk.

Ucapan Terima Kasih

Dalam penulisan laporan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik kritik maupun saran dan bimbingan dari berbagai macam pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha, atas berkat dan karuniaNya sehingga Esa penulis dapat menjalani seluruh proses pembuatan Tugas Akhir hingga laporan ini.
2. Ibu Dr. Listia Natdjadja S.T., M.T., M.Des., selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual sehingga Tugas Akhir dapat terlaksana.
3. Bapak Daniel Kurniawan S.Sn., M.Med.Kom., selaku Koordinator Tugas Akhir sehingga pelaksanaan dapat berjalan dengan baik.
4. Ibu Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing selama proses pembuatan Tugas Akhir
5. Ibu Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds, selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak masukan dalam proses pembuatan Tugas Akhir

6. Keluarga yang selalu mendukung dan membantu dalam proses hingga terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir.
7. Teman-teman yang telah mendukung selama proses hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir.

Daftar Pustaka

Larasati, A. E. (2018). *Kenali berbagai aliran dalam desain grafis*. Retrieved April 4, 2019, <https://idseducation.com/articles/kenali-berbagai-aliran-dalam-desain-grafis/>.

Lina. (2018). *7 Kebiasaan sehat yang sebaiknya kamu terapkan di usia 20-an*. Retrieved Februari 23, 2019, <https://www.idntimes.com/life/inspiration/lina-2/7-kebiasaan-sehat-ini-kamu-terapkan-di-usia-20-an-c1c2>.

Mimi. (2018). *The meaning behind traditional Japanese pattern that even Japanese people don't know!? Part 2*. Retrieved Juni 13, 2019, <https://mangadejapan.com/articles/detail/829>.

Setiaji, Rr. Bamandhita R. (2018). *Apa bedanya oat, muesli dan granola? Begini Penjelasannya*. Retrieved Februari 12, 2019, <https://hellosehat.com/hidup-sehat/nutrisi/perbedaan-oat-muesli-dan-granola/>.

Setiyaningsih, Eka. (2018). *Bisnis online di Indonesia berkembang pesat*. Retrieved Februari 16, 2019, <https://www.alinea.id/bisnis/bisnis-online-di-indonesia-berkembang-pesat-b1U549d7G>.