BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu merancang ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak dengan visual-visual yang dapat mencirikan produk kesehatan serta menambahkan informasi pada kemasan agar lebih informatif dan terpercaya. Selain itu, akan dibuatnya kemasan kotak untuk melindungi kemasan botol Virgin Coconut Oil Mubarak dari kemungkinan kerusakan saat pengiriman jarak jauh. Strategi perancangan tersebut meliputi beberapa hal yaitu :

III.1.1. Khalayak Sasaran Perancangan

Masyarakat yang menjadi khalayak sasaran atau target *audience* dari Virgin Coconut Oil Mubarak adalah :

1. Demografis
   - Usia : 20 – 60 tahun.
   - Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan.
   - Pekerjaan : Pegawai negri/ swasta, wiraswasta, mahasiswa dan ibu rumah tangga.
   - Status Ekonomi: Menengah bawah, menengah, dan mengengah atas.
   - Etnis : Semua etnis/ suku.
   - Agama : Semua Agama.

2. Geografis
   - Primer : Kota Bandung.
   - Sekunder : Luar kota Bandung.

3. Psikografis
   - Gaya Hidup : Masyarakat yang memilih produk kesehatan berbahan herbal dibanding produk kesehatan dari dokter.
   - Kepribadian : Memiliki banyak kenalan dan suka bersosialisasi.



Gambar III.1. Ilustrasi khalayak masyarakat perumahan usia 30 hingga 60 tahun
Sumber : http://2.bp.blogspot.com/-LZVnojkR2Y8/TdJ3lDEiweI/AAAAAAAAAB8/ifoX58dlxbU/s1600/100_3174.jpg (25-7-2016)



Gambar III.2. Ilustrasi khalayak masyarakat usia 20 hingga 30 tahun
Sumber : http://2.bp.blogspot.com/-ejruFwhG1Ec/VNhDiLzEUsI/AAAAAAAAAJ4/nEuiyjCtues/s1600/DSC_0090.jpg (25-7-2016)

III.1.2. *Consumer Insight*

Virgin Coconut Oil Mubarak dapat dikonsumsi semua usia karena tidak mengandung bahan pengawet atau kimia apapun dan tidak menimbulkan efek samping. Sebagian besar yang menjadi konsumen Virgin Coconut Oil Mubarak adalah masyarakat remaja hingga masyarakat dewasa. Maka yang menjadi khalayak sasaran perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak adalah masyarakat remaja hingga masyarakat dewasa, terutama yang sedang mengalami penyakit ringan ataupun penyakit berat yang sangat sulit untuk sembuh walaupun sudah meminum obat-obatan dari dokter.

Sebagian besar konsumen dari Virgin Coconut Oil Mubarak adalah konsumen yang memilih pengobatan alternatif yaitu dengan pengobatan herbal yang lebih murah namun memiliki hasil yang maksimal. Konsumen memiliki kepercaaan dan mengharapkan kesembuhan dari mengkonsumsi Virgin Coconut Oil Mubarak.

Sampai saat ini beberapa konsumen sudah percaya dengan produk Virgin Coconut Oil Mubarak terutama konsumen yang berada disekitar rumah produksi, dan orang-orang terdekat. Namun kepercayaan tersebut tidak mudah untuk didapatkan karena adanya beberapa permasalahan salah satunya dari segi pengemasan Virgin Coconut Oil Mubarak.

III.1.3. Tujuan Komunikasi

Berikut adalah tujuan komunikasi dalam perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak :

1. Mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak adalah produk kesehatan yang dapat mengobati berbagai macam penyakit dan menjaga metabolisme tubuh dengan visual-visual yang menarik dan sesuai.
2. Memberikan informasi bahwa kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak lebih informatif dan terpercaya serta terhindar dari kerusakan saat pengiriman jarak jauh.

III.1.4. Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak memerlukan pendekatan komunikasi yang baik agar pesan yang tersampaikan dapat mudah dimengerti oleh target *audience*. Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah menyampaikan bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak adalah produk kesehatan yang dapat menyembuhkan penyakit dan menjaga metabolisme tubuh. Berikut ini adalah pendekatan komunikasi yang akan dijelaskan dengan 2 cara yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal :

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak adalah dengan pendekatan visual melalui ilustrasi dengan teknik fotografi. Ilustrasi dengan teknik fotografi yang nantinya akan ditampilkan harus mencerminkan atau mewakili Virgin Coconut Oil Mubarak sebagai produk kesehatan sehingga target *audience* dapat mudah mengetahui dan menebak bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak adalah produk kesehatan tanpa harus membaca dahulu semua informasi yang terdapat pada kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak.

  Berikut adalah beberapa gambar kemasan produk yang dapat dijadikan referensi dalam perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak :



Gambar III.3. Kemasan botol Mastin
Sumber : http://www.tokohaba.com/880/mastin-good-ekstrak-kulit-manggis-100-kapsul.jpg (15-5-2016)

Mastin merupakan obat herbal dari ekstrak kulit manggis yang dapat memelihara kesehatan tubuh. Kemasan botol mastin menggunakan ilustrasi foto buah manggis yang menandakan bahwa kandungan produk berasal dari kulit manggis. Warna ungu pada kemasan mastin disesuaikan dengan buah manggis yang sebagian besar berwarna ungu. Warna gradasi ungu yang menjadi *background* label pada kemasan juga menjadi ciri khas produk mastin.



Gambar III.4. Kemasan Scott's Emulsion
Sumber :
http://images.sukamart.com/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/s/c/scott_s_emulsion_vita_400ml-.jpg (15-5-2016)

Ilustrasi ikan dengan gaya kartun yang terdapat pada kemasan Scott's Emulsion mencerminkan bahwa produk berasal dari minyak ikan dan diperuntukan untuk anak-anak. Tipografi pada merk Scott's Elmusion terlihat tegas dan mudah dilihat agar dapat diingat oleh konsumennya.

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal yang dilakukan dengan cara melengkapi informasi pada kemasan seperti alamat produsen, informasi nutrisi, komposisi, cara penyimpanan yang tepat, panduan mengkonsumsi dan informasi lainnya agar masyarakat percaya dengan Virgin Coconut Oil Mubarak sebagai produk kesehatan. Selain itu pendekatan verbal juga menggunakan *tagline* dan beberapa kata pendukung untuk menarik perhatian target *audience* atau masyarakat.

III.1.5. Materi Pesan

Berikut adalah beberapa materi pesan dalam perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak:

1. Visual-visual yang menarik dan sesuai untuk mencirikan Virgin Coconut Oil Mubarak sebagai produk kesehatan.
2. *Tagline* yang mengkomunikasikan bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak merupakan produk kesehatan yang dapat membantu menyembuhkan penyakit dan menjaga metabolisme tubuh.
3. Pencantuman informasi alamat produsen, kandungan, manfaat, panduan konsumsi, cara penyimpanan yang tepat agar tidak menggumpal, dan tanggal kadaluarsa agar Virgin Coconut Oil Mubarak dipercaya oleh target *audience.*
4. Ilustrasi foto buah kelapa segar untuk menginformasikan bahwa produk tersebut terbuat dari olahan daging buah kelapa segar dan aman untuk dikonsumsi.

III.1.6. Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan materi-materi pesan, terutama yang berupa verbal adalah menggunakan bahasa Indonesia formal karena Virgin Coconut Oil Mubarak merupakan produk kesehatan yang harus mendapatkan kepercayaan dari konsumennya. Selain kepercayaan, sebagian besar target *audience* berada di Indonesia dan Virgin Coconut Oil Mubarak dipasarkan di Indonesia.

III.1.7. Strategi Kreatif

Melihat perkembangan yang terjadi pada Virgin Coconut Oil Mubarak, dapat disimpulkan bahwa perlunya kepercayaan agar masyarakat membeli produk Virgin Coconut Oil Mubarak. Kemasan yang kurang mencirikan produk kesehatan, kemasan yang kurang informatif dan kurangnya keamanan pada saat pengiriman jarak jauh adalah beberapa faktor yang menjadi kendala dalam membangun kepercayaan tersebut.

Perlunya perbaikan dalam segi visual dan *copywriting* agar kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai produk kesehatan

dan dapat menarik perhatian masyarakat. Berikut akan dijelaskan strategi kreatif yang akan dilakukan dalam segi visual dan *copywriting* :

- Visual

  Kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak akan dirancang ulang dengan pemilihan warna yang berkesan segar, seperti warna putih, kuning, dan hijau toska serta pemilihan huruf yang sesuai akan digunakan untuk perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak terutama pada tipografi merek " VCO Mubarak " yang akan dibuat ulang dengan pemilihan huruf yang sesuai. Ilustrasi foto kelapa muda segar akan ditampilkan juga untuk mencerminkan produk Virgin Coconut Oil Mubarak berbahan dasar kelapa.

  Selain ilustrasi foto kelapa muda, akan ditampilkan khusus pada media pendukung yaitu ilustrasi foto seorang laki-laki dan seorang perempuan yang sedang berlari. Ilustrasi foto tersebut mencerminkan bahwa mengkonsumsi Virgin Coconut Oil Mubarak dapat meningkatkan metabolisme tubuh dan terasa lebih bugar. Selain itu, ilustrasi foto seorang laki-laki dan perempuan mengartikan bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak dapat dikonsumsi oleh semua *gender*.

  Ilustrasi foto seorang laki-laki dan perempuan menggunakan model yang berasal dari kota Bandung. Model tersebut menggunakan warna pakaian yang sesuai dengan kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak yang baru yaitu warna putih, hijau toska dan kuning. Model seorang laki-laki menggunakan kaos polos putih dan juga celana pendek sedangkan model seorang perempuan menggunakan kaos berwarna kuning dengan celana panjang berwarna putih.



Gambar III.5. Ilustrasi laki-laki dan perempuan yang sedang berlari
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

- *Copywriting*

  Untuk menarik perhatian konsumen atau masyarakat tidak hanya dari segi gambar saja. Segi *Copywriting* pun memiliki peran penting agar tercapainya tujuan komunikasi kepada target *audience*. Virgin Coconut Oil Mubarak memiliki *tagline* yaitu " Berkhasiat Untuk Kesehatan ". *Tagline* tersebut mengartikan bahwa produk Virgin Coconut Oil Mubarak berkhasiat untuk kesehatan tubuh dan menjaga kesehatan tubuh.

  Copywriting juga berperan dalam menyusun konten informasi pada kemasan agar dapat lebih dipercayai sebagai produk kesehatan. Berikut adalah *copywriting* dalam penyusunan konten informasi :

1. Nama produk

   Nama produk Virgin Coconut Oil Mubarak dicantumkan dengan menggunakan singkatan dari virgin coconut oil yaitu “ VCO MUBARAK”.

2. Kalimat pendukung

   Beberapa keterangan atau kalimat pendukung dicantumkan pada kemasan seperti dicantumkannya “Virgin Coconut oil”, “Bisa Diminum Dan Dioles” dan “Tanpa Bahan Pengawet”

3. Keterangan berat produk

   Keterangan berat produk akan dicantumkan dengan kalimat “NETTO 100ml”.

4. Informasi Nutrisi

   Informasi nutrisi akan ditampilkan dengan menggunakan tabel.

5. Komposisi

   Pencantuman komposisi pada kemasan akan dibuat secara deskriptif yaitu “Virgin Coconut Oil Mubarak diolah dari santan kelapa segar yang diproses dengan metode dingin sehingga menghasilkan virgin coconut oil yang segar”.

6. Aturan pakai

   Aturan pakai untuk mengkonsumsi Virgin Coconut Oil Mubarak dicantumkan dengan dua arahan, yaitu “Mengobati : 2 sdm 3x sehari” dan juga “Mencegah: 1 sdm 2x sehari”.

7. Informasi penyimpanan produk

   Informasi penyimpanna produk akan dicantumkan secara deskriptif yaitu “ Jangan disimpan pada tempat yang dingin karena mudah membeku”.

8. Informasi produsen

   Informasi produsen dijelaskan menggunakan 2 poin yaitu “Diproduksi : Jl. Srigunting Raya No. 525 Bandung” dan “Layanan Konsumen : 081809997620/ 0818613868.

III.1.8. Strategi Media

Media yang akan digunakan meliputi :

- Media utama

  Media utama yang akan digunakan adalah kemasan botol plastik Virgin Coconut Oil Mubarak yang sudah diperbaharui label kemasannya dengan visual yang menarik dan informasi-informasi tentang produk tersebut. Label kemasan akan dibuat dengan dua ukuran yaitu label yang berisi berat bersih 100 ml dan label berisi berat bersih 250 ml. Selain itu akan dibuatnya kemasan kotak untuk melindungi kemasan botol plastik dari segala kemungkinan kerusakan. Kemasan kotak akan dibuat menjadi tiga jenis, yaitu kemasan kotak dengan isi satu botol plastik berisi berat bersih 100 ml, kemasan kotak dengan isi satu botol berisi berat bersih 250 ml, dan kemasan kotak dengan isi tiga botol plastik berisi berat bersih 100 ml.

- Media pendukung

  Media pendukung yang digunakan adalah media tambahan yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan mudah kepada konsumen atau masyarakat. Media pendukung tersebut meliputi :

  1. *Paper bag*

     Pape bag merupakan kantong yang terbuat dari kertas yang digunakan untuk menyimpan barang-barang. Bahan untuk membuat *paper bag* biasa menggunakan kertas *art carton.*

  2. Kertas informasi

     Kertas informasi merupakan kertas yang berisikan informasi. Kertas informasi biasanya diselipkan pada suatu media utama, contohnya pada kemasan obat yang didalamnya diselipkan kertas informasi agar konsumen mendapatkan informasi secara lengkap yang tidak didapatkan pada kemasan.

3. Kotak / kardus pengiriman jarak jauh

   Kardus pengiriman biasanya dibuat untuk melindungi suatu kemasan pada saat pengiriman jarak jauh. Bahan yang biasa digunakan untuk kardus tersebut adalah karton tebal.

4. *Flyer*

   Flyer merupakan suatu media yang dapat digunakan sebagai media informasi dan juga media promosi. Flyer biasanya terdiri hanya satu halaman.

5. Buku bukti transaksi

   Buku bukti transaksi merupakan buku yang didalamnya terdapat lembar bukti transaksi yang nantinya akan dicatat pada saat transaksi berlangsung.

6. Poster

   Poster merupakan sebuah media yang berisikan komposisi huruf dan gambar. Poster dibuat berukuran besar dan biasanya di tempel pada tempat yang strategis.

7. *X-banner*

   X-banner merupakan bentuk penyederhanaan media dari baliho. *X-banner* biasanya dipajang pada took-toko, rumah makan, salon dan lain-lain sesuai kebutuhan *x-banner* tersebut.

8. Stiker

   Stiker merupakan media promosi yang dapat ditempel pada produk sebagai media identitas merk agar mudah dikenali oleh konsumen.

9. *T-shirt* VCO MUBARAK

   T-shirt VCO MUBARAK merupakan kaos polos yang diberi identitas VCO MUBARAK. *T-shirt* tersebut akan diberikan sebagai hadiah.

III.1.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk media utama yaitu kemasan akan dikeluarkan setiap harinya karena seiring dengan penjualannya. Media pendukung seperti *paper bag*, dan kertas informasi juga beriringan dengan dikeluarkannya kemasan. Untuk *flyer* akan dikeluarkan dan sibebarkan 3 bulan sekali , yaitu pada bulan Januari, April, Juli dan Oktober. Untuk *x-banner* akan dikeluarkan satu tahun sekali yaitu pada bulan Januari.

Tabel III.1. Tabel Strategi Distribusi

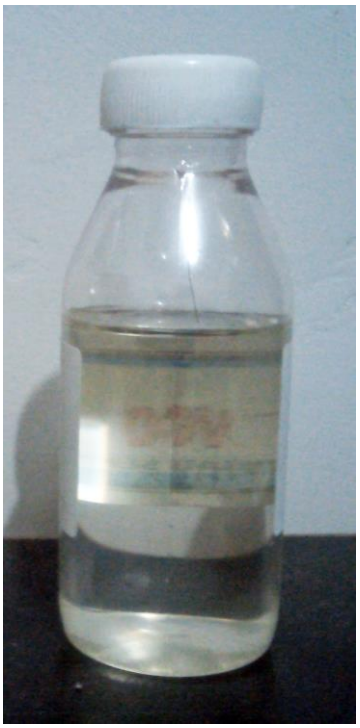
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
2016												
Media Utama												
Kemasan												
Media Pendukung												
Paper bag												
Kertas informasi												
kotak kardus												
Flyer												
Buku Bukti Transaksi												
poster												
x-banner												
stiker												
t-shirt												

III.2. Konsep Visual

Konsep visual yang akan dilakukan pada perancangan ulang kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak akan melalui beberapa macam yaitu meliputi format desain, tata letak (layout) kemasan, ilustrasi, pemilihan tipografi hingga pemilihan warna yang akan digunakan. Konsep visual akan dijabarkan sebagai berikut :

III.2.1. Format Desain

Format desain untuk kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak akan tetap menggunakan botol plastik berukuran berat bersih 100 ml dan akan ditambah jenisnya dengan yang berukuran berat bersih 250 ml. Label yang akan ditempel pada botol plastik, akan ditempel secara *landscape* mengikuti lingkar botol plastik. Untuk label yang akan ditempel pada botol plastik berat bersih 100 ml dibuat dengan ukuran 13 cm x 5,5 cm. Sedangkan label yang akan ditempel pada botol plastik berat bersih 250 ml dibuat dengan ukuran 16 cm x 5,5 cm.



Gambar III.6. Bentuk kemasan botol berisi berat bersih 100 ml
Sumber : Dokumentasi Pribadi (15-5-2016)

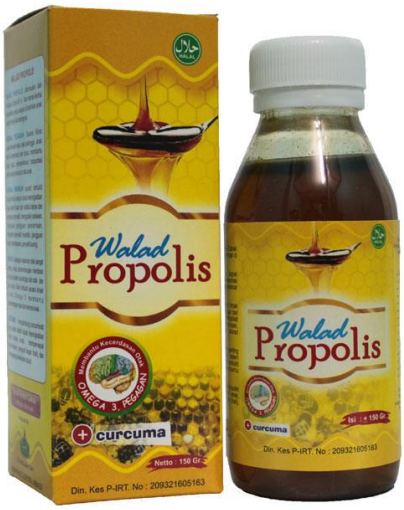


Gambar III.7. Bentuk kemasan botol berisi berat bersih 250 ml
Sumber : Dokumentasi Pribadi (15-5-2016)

Format desain untuk kemasan kotak akan dibuat tiga jenis yaitu kemasan kotak untuk botol plastik berisi berat bersih 100 ml dengan format *portrait*, kemasan kotak untuk botol plastik berisi berat bersih 250 ml dengan format *prortrait*, dan kemasan kotak dengan isi 3 botol plastik berisi berat bersih 100 ml dengan format *landscape*. Ukuran kemasan kotak untuk botol plastik berisi berat bersih 100 ml adalah 12,5 cm (tinggi) x 4,5 cm (lebar). Kemasan botol untuk botol plastik berisi berat bersih 250 ml akan dibuat dengan ukuran 13 cm (tinggi) x 7 cm (lebar). Sedangkan untuk ukuran kemasan kotak berisi 3 botol plastik berat bersih 100 ml adalah 12,5 cm (tinggi) x 13,5 cm (lebar).



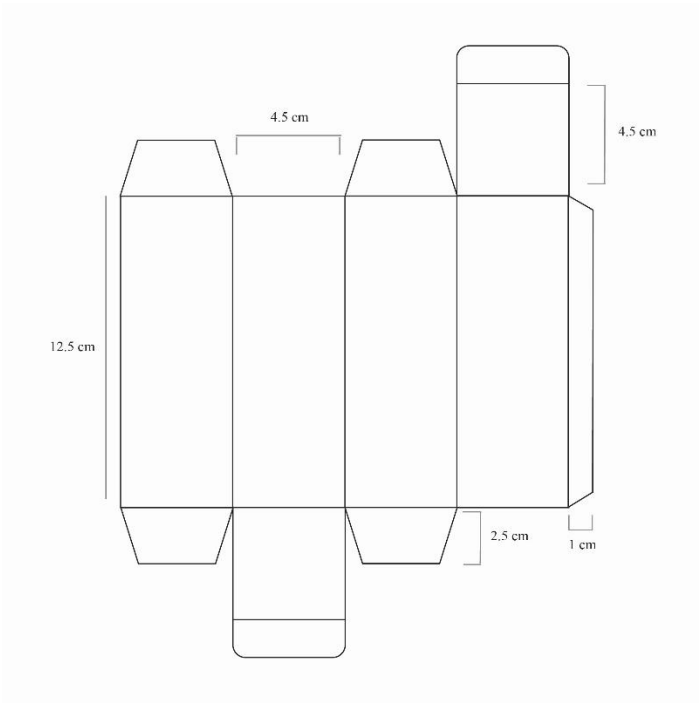
Gambar III.8. Referensi label kemasan botol 100 ml
Sumber :
http://2.bp.blogspot.com/1__D57pne_k/UlYsQnt7O7I/AAAAAAAAAdA/1doeCta2uP0/s1600/LABEL+B1One.jpg (15-5-2016)



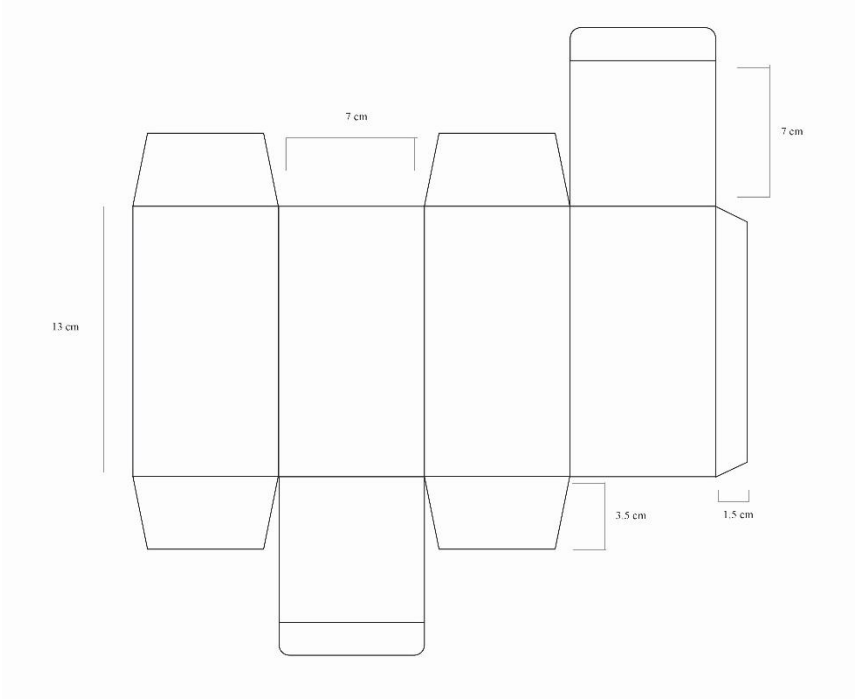
Gambar III.9. Referensi bentuk kemasan kotak isi satu botol 100 ml
Sumber :
http://bursamuslim.com/data/rumiashop/products/large/product_large_walad-propolis_10359.jpg (15-5-2016)



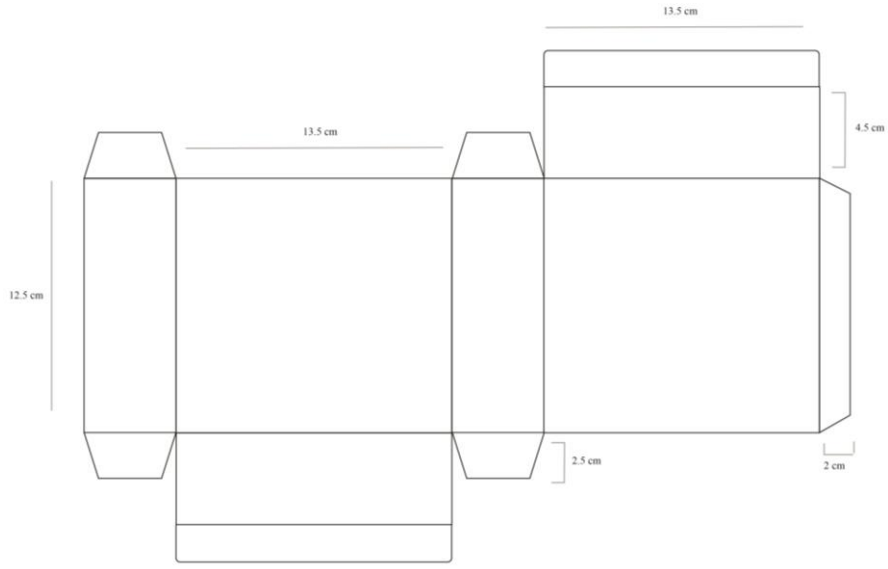
Gambar III.10. Referensi bentuk kemasan kotak untuk isi tiga botol 100 ml
Sumber : https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/300/product-1/2016/2/24/633706/633706_7b0344fd-bfab-414d-8ef8-5b93bfb14934.jpg (15-5-2016)



Gambar III.11. Pola kemasan kotak berat bersih 100 ml
Sumber : Dokumentasi Pribadi (19-5-2016)



Gambar III.12. Pola kemasan kotak berat bersih 250 ml
Sumber : Dokumentasi Pribadi (19-5-2016)



Gambar III.13. Pola kemasan kotak isi tiga botol berat bersih 100 ml
Sumber : Dokumentasi Pribadi (19-5-2016)

III.2.2. Tata Letak (*layout*)

Tata letak (*layout*) dibuat dengan menggunakan beberapa macam unsur grafis seperti pemilihan tipografi, warna, bentuk dan ilustrasi foto. Pada kemasan diutamakan ilustrasi foto kelapa segar untuk menandakan produk berasal dari bahan kelapa yang segar. Berikut penjelasan dari tata letak (*layout*) kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak :

- Tipografi merek

  Sebuah judul atau merek dari produk Virgin Coconut Oil Mubarak berupa tipografi yaitu " VCO Mubarak".
- Ilustrasi foto kelapa

  Berupa gambar foto kelapa dengan menggunakan teknik fotografi. foto kelapa tersebut disimpan berdekatan dengan tipografi merek " VCO Mubarak ".
- *Tagline*

  Berupa kalimat yang menandakan bahwa Virgin Coconut Oil Mubarak dapat menjaga metabolisme tubuh dan membantu mengobati berbagai macam penyakit. *Tagline* tersebut adalah "Berkhasiat Untuk Kesehatan".
- Informasi

  Informasi yang dicantumkan berupa kalimat virgin coconut oil, informasi nutrisi, anjuran pakai, cara penyimpanan, keterangan berat bersih, *barcode*, simbol membuang sampah, simbol bahwa kemasan hanya satu kali pemakaian, dan alamat produsen.

Sebelum menetapkan huruf, warna, ilustrasi dan unsur grafis lainnya dalam perancangan kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak, dilakukan terlebih dahulu survai ketertarikan masyarakat terhadap desain kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak kepada 15 orang yang disebarkan disekitar daerah produksi Virgin Coconut Oil Mubarak pada tanggal 30 Juni 2016. Berikut adalah gambar alternartif desain kemasan sementara Virgin Coconut Oil Mubarak.



Gambar III.14. Survei alternatif desain kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak
Sumber : Dokumentasi Pribadi (30-5-2016)

Dari hasil yang didapatkan, sebanyak 3 orang memilih desain no 1, sebanyak 9 orang memiih desain no 2, sebanyak 1 orang memilih desain no 3 dan sebanyak 2 orang memilih desain no 4. Sebagian besar yang memilih desain no 2 berpendapat bahwa ilustrasi foto kelapa lebih memperlihatkan bahan alami dan dapat mewakili produk, serta disukainya warna yang cerah. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih menyukai warna yang cerah dan juga ilustrasi foto kelapa karena memperlihatkan bahan dasarnya yang dapat mewakili kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak.

III.2.3. Huruf

Tipografi pada kemasan merupakan media untuk mengkomunikasikan nama, fungsi, dan fakta produk kepada konsumen. Pemilihan tipografi, tata letak, dan penerapan huruf mempengaruhi daya tarik konsumen untuk membacanya (Rosner, 2007:87). Huruf yang dipilih untuk mewakili produk Virgin Coconut Oil Mubarak adalah huruf yang tebal dan tegas agar produk mudah dibaca.

- Nama merek

  VCO MUBARAK

  Jenis huruf : **COCOGOOSE**

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

  Ii Jj Kk Ll Mn Oo Pp Qq Rr

  Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

  0123456789 .,:"{}?!‹›;[]\/()#*&^%$

  Pemilihan huruf untuk nama merk adalah menggunakan jenis huruf ***COCOGOOSE***. Huruf tersebut yang merupakan kelompok dari huruf sans serif dapat mewakili produk Virgin Coconut Oil Mubarak karena bersifat tebal dan tegas dan mudah untuk dibaca. Huruf tersebut juga bisa dijadikan sebagai *logo type* Virgin Coconut Oil Mubarak.

- Konten dan Informasi

  Virgin Coconut Oil

  Tanpa Bahan Pengawet

  NETTO 100ML

  Berkhasiat Untuk Kesehatan

  BISA DIMINUM DAN DIOLES

  ANJURAN PAKAI

  INFORMASI NUTRISI

Jenis huruf : Gadugi

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mn Oo Pp Qq Rr

Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 .,:"{}?!<>;[]\/()#*&^%$

Pemilihan huruf Gadugi tersebut dikarenakan huruf tersebut tidak rumit dan mudah untuk dibaca. Selain itu pemilihan jenis huruf Gadugi juga agar nama merk yang menggunakan huruf **COCOGOOSE** terlebih dahulu dibaca dan menjadi pusat perhatian.

III.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi pada kemasan memiliki fungsi sebagai informasi visual tentang produk, pendukung teks, tentang penekanan suatu kesan tertentu dan juga sebagai pusat perhatian mata. Ilustrasi melalui teknik fotografi dapat digunakan untuk meyakinkan kualitas produk dan menampilkan kenyataan produk tersebut (Pirosus, 2007:18). Ilustrasi yang digunakan untuk kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak adalah menggunakan ilustrasi teknik fotografi yaitu menampilkan buah kelapa yang mencerminkan bahwa produk Virgin Coconut Oil Mubarak berbahan dasar kelapa. Selain itu ilustrasi fotografi buah kelapa lebih banyak disukai oleh masyarakat dari hasil survei yang telah dilakukan.



Gambar III.15. Ilustrasi fotografi kelapa
Sumber : Dokumentasi Pribadi (30-5-2016)

Ilustrasi foto buah kelapa diambil dengan menggunakan teknik pengambilan gambar dari sudut depan sehingga buah kelapa dapat terlihat jelas. Buah kelapa yang ditampilkan adalah kelapa tua yang biasa dijadikan santan sekaligus kelapa yang digunakan untuk pembutan virgin coconut oil. Ilustrasi fotografi kelapa ditampilkan pada bagian depan dan belakang pada kotak kemasan dan bagian depan pada label botol kemasan. Begitu juga dengan kemasan 250 ml dan kemasan isi 3 botol 100 ml ilustasi fotografi kelapa ditampilkan pada bagian depan dan belakang.

III.2.5. Unsur Grafis

Selain menampilkan ilustrasi kelapa dengan teknik fotografi, ditambahkannya unsur-unsur grafis pada kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak dapat memberikan kesan lebih menarik perhatian mata. Berikut adalah unsur-unsur grafis yang digunakan dalam perancangan kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak.

- Bentuk bulat berkelompok pada bagian atas kemasan

Gambar III.16. Unsur grafis bulat
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

Unsur grafis tersebut diambil dari minyak-minyak yang berbentuk gumpalan lingkaran jika masuk kedalam air. Gambar tersebut dimaksudkan Virgin Coconut Oil Mubarak adalah produk yang menjual minyak atau virgin coconut oil.

- *Splash picture*



Gambar III.17. *Splash picture*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

Unsur grafis tersebut biasanya digunakan untuk mempertegas suatu kalimat yang memiliki arti sebuah efek ataupun hasil. Maka unsur grafis tersebut dipadukan dengan tagline “Berkhasiat Untuk Kesehatan”.

- Simbol botol dingin



Gambar III.18. Simbol botol
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

Simbol tersebut dibuat untuk memberikan penjelasan bahwa produk jangan disimpan pada tempat yang dingin, karena mudah sekali membeku dan menggumpal.

- Simbol membuang sampah dan simbol satu kali pemakaian



Gambar III.19. Simbol membuah sampah dan simbol satu kali pemakaian
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

Simbol tersebut dibuat untuk memberitahukan agar membuah sampah pada tempatnya dan juga botol kemasan hanya satu kali pemakaian.

- Garis lengkung



Gambar III.20. Garis lengkung
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

Garis lengkung mempunyai makna dinamis. Sesuai dengan sifat minyak yang dinamis, licin, dan cenderung melancarkan sesuatu. Maka dibuatlah visual tersebut yang dimaksudkan agar Virgin Coconut Oil Mubarak menjadi produk yang dinamis dan dapat mudah diterima oleh masyarakat.

III.2.6. Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang dapat membuat kemasan menjadi lebih menarik. Warna dapat menjadikan suatu kemasan memiliki ciri khas. Warna dapat mempengaruhi dan mengubah emosi konsumen untuk membeli produk tersebut (Galung, 2014:1). Warna juga dapat bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Berikut adalah beberapa warna yang mampu meningkatkan kesehatan tubuh (Diah, 2014:2) :

- Warna merah dapat memancarkan kehangatan serta meningkatkan produksi hemoglobin pada tubuh.
- Warna kuning mampu meningkatkan kesehatan fisik dan mental sehingga dapat meningkatkan daya ingat, memperkuat pikiran dan menenangkan saraf.
- Warna putih dapat melambangkan kemurnian dan perasaan nyaman serta bersih.
- Warna biru dalam dunia kesehatan berkaitan dengan kesehatan tenggorokan dan memberikan efek yang menenangkan. Warna biru mampu menurunkan demam.
- Warna hijau yang sangat berkaitan dengan alam sehingga dapat memberikan keseimbangan kesehatan. Warna hijau mampu memperkuat jantung, paru-paru dan sistem pernafasan.

Pemilihan warna pada perancangan kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak adalah menggunakan 4 paduan warna yaitu :



Gambar III.21. Warna pada layout kemasan baru Virgin Coconut Oil Mubarak
Sumber : Dokumentasi Pribadi (12-6-2016)

- Warna gradasi hijau

  Warna gradasi hijau digunakan untuk *background* pada kemasan kotak dan label Virgin Coconut Oil Mubarak. Warna tersebut melambangkan kecerahan dan kesegaran

- Warna hijau toska gelap

  Warna tersebut melambangkan kealamian, kesegaran, dan ramah lingkungan (Galung, 2014:3). Warna tersebut digunakan untuk nama merek pada bagian "MUBARAK" , simbol-simbol dan beberapa kalimat informasi.

- Warna kuning

  Warna kuning dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu warna kuning melambangkan keceriaan, hangat, dan mudah dirangsang oleh mata (Galung, 2014:3). Warna kuning digunakan pada unsur grafis *splash picture* agar gambar mudah dilihat oleh mata. Selain itu warna kuning juga digunakan pada nama merk bagian “VCO”.

- Warna putih

  Warna putih melambangkan kebersihan dan kesegaran. Pada kemasan minuman warna putih dapat mengartikan kehigenisan suatu produk (Galung, 2014:3). Warna putih pada kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak mencerminkan kejernihan dan kebersihan dari virgin coconut oil.