BAB III.
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN KEMASAN YOUJELL YOGHURT PT. INSAN MUDA BERDIKARI

III.1 Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran diperlukan agar target yang akan disasar sesuai dengan pesan atau informasi yang disampaikan. Target audiens untuk perancangan pada kemasan produk Youjell yaitu:

1. Khalayak sasaran
    - Geografis : Mencakup wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat
    - Demografis : Target pemasaran berdasarkan demografis adalah:
        - Umur : 21 – 40 Tahun
        - Jenis Kelamin : Pria dan wanita
        - Pendidikan : Semua latar belakang pendidikan
        - Ekonomi : Menengah ke atas, atas
    - Psikografis

    Berdasarkan psikografis, target audiens yang disasar meliputi:
        - Berada pada lingkup usia dewasa yang mana telah memiliki struktur kehidupan yang tetap dan lebih stabil.
        - Masyarakat yang mengikuti perkembangan *(trend)* produk.
        - Masyarakat dengan gaya hidup berwisata kuliner dan penyuka jajanan sehat.

Berdasarkan khalayak sasaran, audiens yang disasar adalah masyarakat yang berumur 21 – 40, hal ini mengacu pada batasan masa dewasa awal yang mana usia 21 tahun sudah dianggap dewasa dan memiliki tanggung jawab akan perbuatannya (Monks, 2001, h.291) sedangkan pada usia 33 – 40 tahun seseorang mampu menempatkan dirinya di lingkungan masyarakat dan memajukan kehidupan karirnya. Pekerjaan dan kehidupan berkeluarga dapat membentuk aspek – aspek kepribadian untuk memunculkan aspek tersebut (Monks, 2001, h.296). Produk Youjell juga menjangkau seluruh masyarakat, baik yang laki – laki maupun perempuan. Berdasarkan pendidikan, audiens yang disasar melingkupi semua latar

belakang pendidikan karena produk Youjell pada dasarnya adalah produk minuman yoghurt yang umum diketahui oleh banyak masyarakat. Sedangkan Youjell ditargetkan pada masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah sampai atas dikarenakan produk Youjell akan mengalami perubahan dari segi citra produk yang berawal dari produk minuman yang biasa menjadi produk minuman yang lebih *exclusive* dengan strategi perancangan yang dilakukan, sehingga secara tidak langsung produk Youjell akan mengalami kenaikan harga yang dipengaruhi oleh tampilan, material dan aspek lainnya.

2. *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan suatu proses mencari informasi baik dari perilaku, latar belakang dan apa yang dipikirkan oleh konsumen terhadap suatu produk dan iklan secara mendalam (Amalia E. Maulana, h.25).

Dalam melakukan perancangan, audiens yang dituju adalah masyarakat yang berumur 21 – 40 tahun, mencangkup seluruh kalangan masyarakat dan pendidikan, memiliki tingkat ekonomi menengah – ke atas serta masyarakat yang menyukai wisata kuliner sehat, mengikuti *trend* dan masyarakat yang membeli produk dilihat dari aspek tampilannya.

3. *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan salah satu cara untuk menyampaikan ide dan gagasan yang akan dibentuk ke dalam perancangan media yang sesuai dengan target audiens agar pesan dalam media tersebut bisa menjangkau ke khalayak sasaran. Oleh karena itu dibutuhkan rincian aktivitas audiens dalam bentuk tabel. Berikut *consumer journey* yang digunakan:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Pribadi
(diakses pada 25/05/18)

No	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
1	Bangun Tidur Pagi	Kamar Tidur	*Handphone*
2	Mandi	Kamar Mandi	Kemasan pasta gigi, kemasan sabun, kemasan *shampoo*

3	Sarapan	Ruang Makan	TV, *handphone,* koran, kemasan makanan
4	Berangkat ke tempat kerja	Jalan	*Billboard,* Spanduk, *X-banner*
5	Kerja	Kantor	Buku, komputer, kalender, *sticker*
6	Istirahat	Kantin	*X-banner,* menu makanan, *handphone*
7	Pulang dari pekerjaan	Jalan	*Billboard,* Spanduk, *X-banner*
8	Istirahat, Tidur	Rumah, Kamar	*Handphone,* TV, iklan media sosial

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan bertujuan agar pesan yang disampaikan kepada audiens mampu diterima dan tersampaikan dengan baik. Untuk menyampaikan pesan dan gagasan yang akan dirancang, salah satu media yang akan digunakan atau dikomunikasikan ke dalam bentuk *visual* kemasan yang *exclusive* dan memiliki citra yang kuat sehingga melekat di masyarakat.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan adalah agar memberikan *visual* yang dapat memperkuat *image* produk, menampilkan ciri khas atau keunikan dari produk dan elemen pada desain kemasan sehingga produk memberikan kesan yang *fresh* dan lebih *exclusive.*

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi menurut KBBI adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih dengan tujuan agar pesan atau informasi yang dimaksud dapat dipahami.

Pesan yang akan disampaikan dalam perancangan desain pada kemasan Youjell adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat jika Youjell memiliki keunggulan yaitu memiliki irisan *jelly* di dalamnya, menyajikan banyak varian bentuk dan rasa dengan kemasan yang berbeda – beda serta menampilkan kesan produk yang *exclusive*. Pendekatan komunikasi pada perancangan tersebut menggunakan dua pendekatan, yaitu:

a) Pendekatan *Visual*

Agar tampilan kemasan terlihat lebih menarik dan dapat mewakili pesan secara tersirat yang dapat dipahami oleh khalayak sasaran, unsur grafis yang akan digunakan harus sesuai dengan hal – hal tersebut. Seperti penggunaan ilustrai yang dapat memberikan pesan dan kesan dari produk dan warna – warna yang digunakan bersifat *soft* serta sesuai dengan *varian* rasa dari produk Youjell. Penggunaan warna – warna tersebut tentunya untuk menegaskan karakteristik produk yang *fresh* dan *exclusive* sesuai dengan *varian* rasa dan kemasan baru yang dimiliki.

b) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan pada perancangan ini adalah dengan bahasa Indonesia dan inggris, agar informasi yang diterima lebih mudah dipahami dan dekat dengan bahasa keseharian masyarakat serta disesuaikan dengan target audiens.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory dari perancangan desain kemasan Youjell adalah PT. Insan Muda Berdikari, sebagai produsen Youjell Yoghurt. Berikut logo dari PT. Insan Muda Berdikari:



Gambar III.1 Logo PT. Insan Muda Berdikari
Sumber: insanmudaberdikari.co.id
(diakses pada 26/05/18)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan melalui perancangan desain kemasan ini adalah memberikan visual kemasan beserta dengan identitas produk, dan keunikan produk lewat kemasan baru yang lebih *exclusive* serta menonjolkan kesan produk yang *fresh.*

III.2.5 Gaya Bahasa

Bahasa yang digunkan adalah bahasa inggris dan Indonesia yang formal, agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima khalayak sasaran dan menyesuaikan dengan target audiens yang mana merupakan usia menuju dewasa awal (remaja akhir).

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam perancangan desain kemasan yang baik, perancangan disesuaikan dengan keunikan, citra dan target konsumen agar sesuai pada target audiens. Kemasan yang dirancang menggunakan material botol kaca, hal ini bertujuan agar kemasan Youjell lebih terlihat *exclusive* dan modern. Untuk varian, warna yang digunakan adalah warna alami yang ada pada Youjell itu sendiri, hanya sajah ada tambahan seperti *icon* dan tipografi yang menunjukkan tentang varian rasa untuk menegaskan varian rasa dari Youjell.

Untuk meningkatkan nilai jual produk Youjell serta memiliki tampilan yang lebih menarik, maka pembuatan atau perancangan kemasan yang baru harus disesuaikan dengan target audiens yang disasar. Hal pertama yang dibutuhkan adalah pemilihan material botol. Agar kemasan terlihat lebih *exclusive*, maka botol kaca menjadi pilihan yang cocok untuk kemasan yang baru. Untuk segi grafis kemasan yang baru akan lebih menonjolkan mengenai keunggulan dari produk Youjell itu sendiri, dengan menambahkan gambar *jelly* pada desain kemasan. Penambahan label pada kemasan juga menjadi *visual* tambahan pada kemasan yang baru, hal ini bertujuan untuk menonjolkan kesan *exclusive* yang ada pada kemasan Youjell. Dalam tiap sisi kemasan memiliki keterangan mengenai informasi produk, seperti komposisi, identitas perusahaan, label POM, halal, *mandatory* dan *contact person* dari produk Youjell. *Font* yang digunakan pada kemasan berjenis *Sans Serif*, dengan tujuan agar tulisan dan informasi yang ada mudah terbaca oleh konsumen.

III.2.6.1 Visualisasi

Visual yang ditampilkan harus dapat memberikan semua pesan yang disampaikan, salah satunya memberikan kesan Youjell sebagai produk minuman yoghurt yang *exclusive* dengan menambahkan label *exclusive edition,* menonjolkan keunikan produk yang mana merupakan produk yoghurt pertama yang menggunakan irisan jeli di dalamnya, yaitu dengan adanya *icon* jeli dan *icon varian* rasa yang disatupadukan dengan logo Youjell, sehingga memberikan kesan yang terpadu dan *fresh.*

III.2.7 Strategi Media

Media yang digunakan berupa:

1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan sebagai perancangan desain kemasan produk Youjell Yoghurt yaitu:

- Kemasan Youjell rasa *plain* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa *strawberry* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa *blueberry* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa *mocca* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa *taro* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa *green tea* 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa anggur 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa melon 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa durian 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa mangga 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm
- Kemasan Youjell rasa leci 500ml dengan ukuran 21,7 cm x 8,7 cm

Bahan yang digunakan untuk itu botol sendiri menggunakan botol berbahan kaca ukuran 500ml sedangkan untuk *visual* dan identitas produk menggunakan *sticker cutting transparent*.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan sebagai media tambahan ataupun media yang digunakan untuk mempromosikan produk agar lebih dikenal oleh konsumen, maka media pendukung yang digunakan antara lain:

- *T-Shirt*

  T-Shirt merupakan media pendukung dengan tujuan sebagai pengingat akan produk itu sendiri. *T-Shirt* dapat dijadikan sebagai *merchandise* dalam suatu *event – event* tertentu ataupun sebagai *gift* kepada konsumen tetap atau pelanggan tetap.

- Pin dan Gantungan Kunci Youjell

  Pin dan gantungan kunci menjadi pilihan yang tepat untuk digunakan sebagai media pengingat, karena pembuatannya yang cepat dan harga produksi yang murah dalam jumlah yang banyak. Selain itu juga bisa digunakan sebagai *souvenir* dalam mengikuti *event – event* tertentu.

- *X-Banner*

  X-Banner biasa ditempatkan di *outlet* penjualan Youjell dengan tujuan selain memberikan informasi mengenai produk juga untuk memperindah tampilan *outlet.*

- *Tote Bag*

  Tote bag selain berfungsi untuk menyimpan barang dalam jumlah tertentu juga bisa dijadikan sebagai *reminder* kepada konsumen dengan memberikan *visual* logo ataupun ilustrasi yang menampilkan ciri khas dari produk Youjell tersebut.

- *Sticker*

  Mudah dan harga terjangkau jika diproduksi dalam jumlah yang banyak. *Sticker* menjadi alat penyebar informasi yang bisa ditempatkan dimana saja yang mampu dijangkau oleh masyarakat. *Sticker* juga bisa dijadikan sebagai *souvenir* pada *event – event* tertentu.

- Poster

  Poster menjadi media informasi singkat yang bisa ditempatkan secara *offline* dan *online*, karena pada saat belum dicetak *softfile* dari poster bisa ditempatkan atau di-*share* di *website* dan akun media sosial resmi Youjell.

- Mug

  Mug merupakan media yang sangat dekat dengan masyarakat, terlebih Youjell merupakan produk minuman sehingga adanya keterkaitan antara produk dengan media pendukung yang digunakan.

- *Line Sticker*

  Banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial, terutama *Line* menjadikan *line sticker* sebagai salah satu media pendukung yang cukup efektif digunakan. Selain memberikan ilustrasi – ilustrasi yang menarik, *line sticker* juga bertujuan sebagai pengingat suatu produk.

- Tatakan Minuman

  Tatakan minuman menjadi salah satu media yang sangat berkaitan dengan produk Youjell. Medium ini bisa dijadikan sebagai *souvenir* atau cara mempromosikan produk Youjell.

- Label

  Label atau *sticker* label digunakan sebagai media pendukung pada media utama agar desain terlihat lebih *exclusive.*

- *Banner Stand Booth*

  Banner digunakan sebagai pelapis pada *stand booth* yang akan digunakan sebagai media pendukung dalam menyajikan produk Youjell pada saat mengikuti *event* bertemakan kuliner.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam pendistribusiannya, Youjell Yoghurt akan mengalami sedikit kenaikan harga. Youjell dengan ukuran 500ml yang dijual dengan harga Rp. 13.000,- akan dijual dengan harga Rp. 20.000,- yang mana kenaikan harga ini didasari atas penggunaan kemasan yang baru, baik dari tampilan maupun *material.*

Untuk waktu penyebaran media, tahap awal dari produk Youjell ini akan dilakukan dengan mengikuti *event* Foodfest 2018 Vol. 18 yang diselenggarakan pada tanggal 22-26 Agustus 2018. Acara Foodfest akan dilangsungkan di Festival Citylink, Bandung yang mana produk Youjell akan berpartisipasi dalam acara *Booth Culinary* yang menjadi salah satu bagian acara dari Foodfest 2018. Pada acara tersebut, Youjell akan menempatkan produk yang tidak hanya untuk dijual belikan saja, tapi juga mengenalkan produk Youjell dengan kemasan baru yang lebih beda dari kemasan sebelumnya dan lebih *exclusive.*

III.3 Konsep *Visual*

Visual yang digunakan merupakan *visual* yang mampu menunjukkan baik itu pesan yang akan disampaikan, kemasan yang lebih modern dan *exclusive* juga keunikan dari produk Youjell itu sendiri.

III.3.1 Referensi *Visual*

Berikut beberapa referensi *visual* yang menjadi acuan desain kemasan Youjell, bentuk kemasan yang menarik dan material yang digunakan. Referensi ini menjadi gagasan atau gambaran umum dalam merancang kemasan Youjell, baik dari segi bentuk, penempatan dan material yang digunakan. Penggunaan warna juga mempengaruhi kesan yang dihasilkan sehingga melekat kepada konsumen dan citra baru dalam pendistribusian produk Youjell.



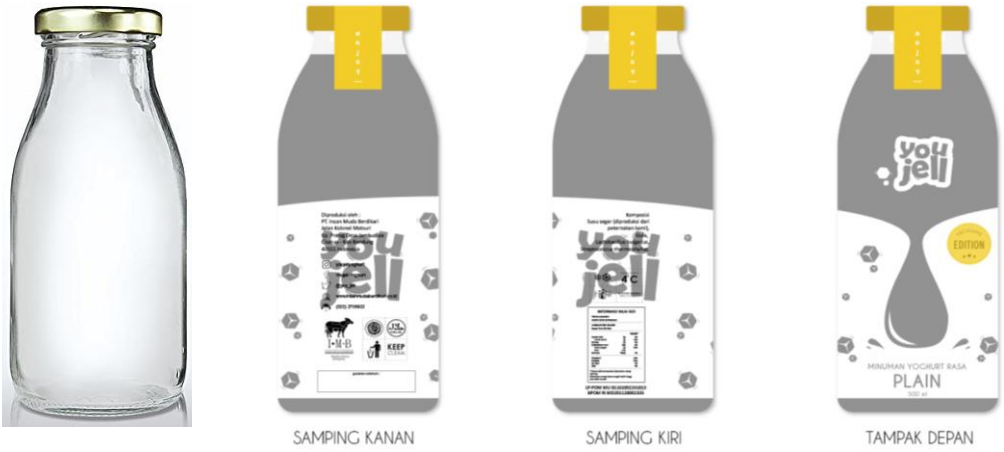
Gambar III.2 Referensi kemasan botol 1
Sumber: www.otakide.com
(diakses pada 26/05/18)



Gambar III.3 Referensi kemasan botol 2
Sumber: www.indotrading.com
(diakses pada 26/05/18)

III.3.2 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain *landscape*, simetris dan komposisi yang teratur bertujuan agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media utama berupa ilustrasi, logo Youjell, tipografi yang terdiri dari *visual* produk, logo prusahaan dan keterangan pendukung. Material yang digunakan adalah botol kaca *crystallio* atau *crystallio clear bottle glass*. Botol kaca *crystallio* merupakan botol yang biasa digunakan pada produk minuman seperti *juice* dan susu fermentasi. Botol kaca ini dipilih karena bentuknya yang pas digenggaman, cukup tebal dan karakteristik tutup botolnya yang sudah memberikan kesan yang mewah karena berwarna emas *(metal lid)*.



Gambar III.4 Format desain kemasan pada botol kaca
Sumber: pribadi
(diakses pada 26/05/18)

Karakteristik botol :

- Botol kaca berkualitas tinggi dengan tutup botol berbahan metal *(twist-off)* berwarna emas.
- Cocok digunakan atau disajikan untuk minuman seperti *juice* dan bisa disimpan di lemari pendingin.
- *Volume* 300 – 500ml.
- Dimensi ukuran : tinggi 15 cm, diameter 6 cm.

III.3.3 Tata Letak *(Layout)*

Menurut Rustan (2009) "*Layout* dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya" (h.10). *Layout* yang digunakan pada desian kemasan produk Youjell menggunakan jenis *layout* keseimbangan *(balance)* simetris.

Pada *layout* simetris obyeknya sama dan seimbang. Kesan yang ditimbulkan dari penggunaan *layout* ini adalah mampu memberikan kesan yang santai. (Anggraini dan Natalia, 2014, h. 76).



Gambar III.5 *Layout* desain kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 26/05/18)

Keterangan :

1. Label kemasan tutup botol
2. Label logo produk
3. Informasi komposisi
4. Ilustrasi *exclusive edition*
5. Informasi cara penyajian

6. Informasi kandungan gizi
7. Label BPOM
8. Informasi varian rasa dan berat isi
9. Informasi perusahaan (PT. Insan Muda Berdikari)
10. Logo perusahaan (PT. Insan Muda Berdikari)
11. Informasi label halal dan anjuran setelah pemakaian
12. Informasi tanggal *expire*

III.3.4 Tipografi

Font merupakan suara yang tertulis, penggunaan dan penyusunan huruf mampu memberikan suatu pesan, penjelasan dan informasi. Selain fungsi huruf yang dapat memberikan informasi melalui tulisan, jenis huruf yang digunakan dapat memberikan kesan tertentu terhadap pesan atau informasi yang disampaikan. Menurut James Craig (seperti dikutip Perdana, 2007) *font Sans Serif* merupakan jenis huruf yang tidak memiliki sirip dan memiliki ketebalan yang hampir sama di tiap ujungnya. *Font* ini memberikan kesan yang modern, effisien dan kontemporer. Pemilihan jenis huruf dalam perancangan sebuah desain akan memberikan sebuah kesan yang berbeda, setiap jenis huruf mempunyai peran serta fungsi yang berbeda. Sehingga *font* yang digunakan pada perancangan desian kemasan Youjell berjenis *Sans Serif* dengan nama *font* Caviar Dreams dan Gill Sans MT Condensed.

a. Penggunaan *font* dengan bentuk *Sans Serif* ini cocok digunakan karena sesuai dengan produk yang menampilkan kesan *exclusive* dan *modern. Font* Caviar Dreams dibuat oleh Lauren Thompson. *Font* ini bebas digunakan untuk kepentingan *personal* dan *comercial. Font* ini akan digunakan pada identitas kemasan, seperti varian rasa.

b. *Font* Gill Sans MT Condensed dibuat oleh Eric Gill ini bebas digunakan untuk kepentingan *personal,* namun memiliki *license* jika digunakan sebagai bahan *comercial. Font* ini akan digunakan pada beberapa media pendukung seperti poster dan *x-banner.*

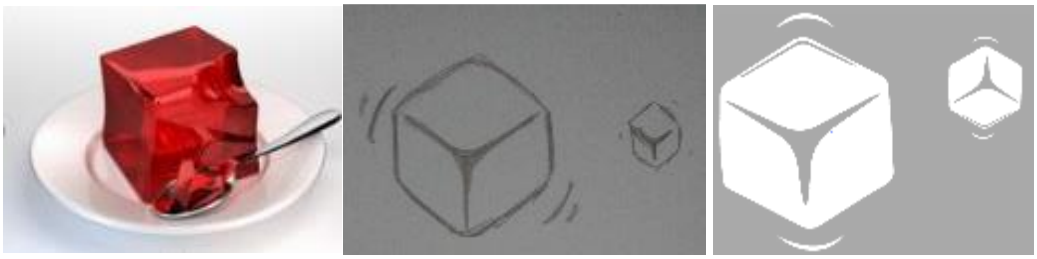


Gambar III.6 *Font* yang digunakan pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 26/05/18)

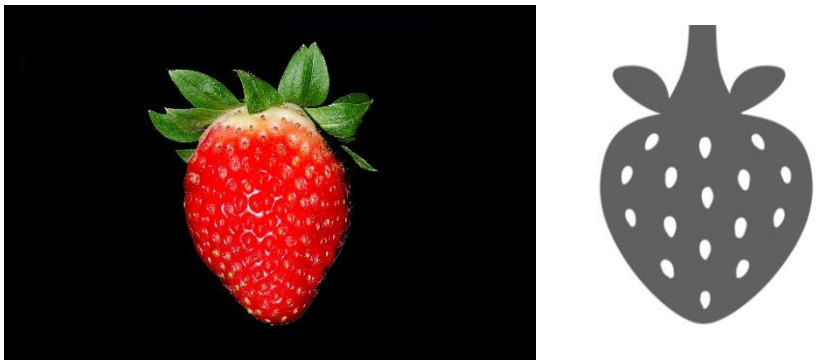
III.3.5 Ilustrasi

Supriyono (2010) mengatakan "Secara umum dapat dikatakan, desain komunikasi *visual* yang tidak disertai illustrasi cenderung monoton, kurang informatif, kurang menyenangkan dan tidak memiliki unsur *eye catcher*" (h.50). Tujuan dari penggunaan ilustrasi adalah untuk memperjelas atau mempertegas pesan dan informasi yang disampaikan dan juga agar menarik perhatian seseorang. *Visual* yang digunakan harus berhubungan dengan keunikan dari Youjell itu sendiri, yaitu irisan jeli. Penggunaan *visual* jeli bertujuan agar keunikan dari produk bisa lebih ditonjolkan melalui *visual* dan memberi kesan jika Youjell merupakan produk yoghurt pertama yang menggunakan irisan jeli di dalamnya. Unsur ilustrasi lainnya adalah dengan menambahkan *visual* dari tiap – tiap *varian* rasa Youjell sebagai mempertegas dari *varian* rasa produk selain penggunaan tipografi juga dengan ilustrasi. Teknik desain ilustrasi yang digunakan adalah *figure & ground.* Teknik ini menghasilkan kesan ruang positif dan negatif, yang mana keduanya bisa berperan sebagai *background* namun juga sebagai subjek yang menghasilkan suatu bentuk sehingga terlihat *solid* dan menonjol.

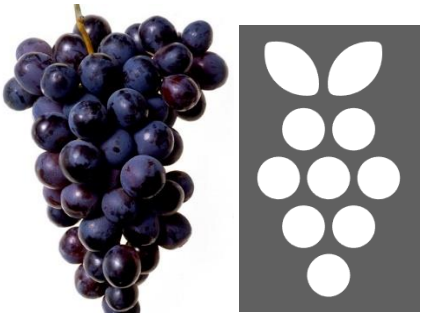
a. Proses pembuatan ikon pada kemasan Youjell



Gambar III.7 Tahapan pembuatan ilustrasi jeli pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.8 Ilustrasi *strawberry* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



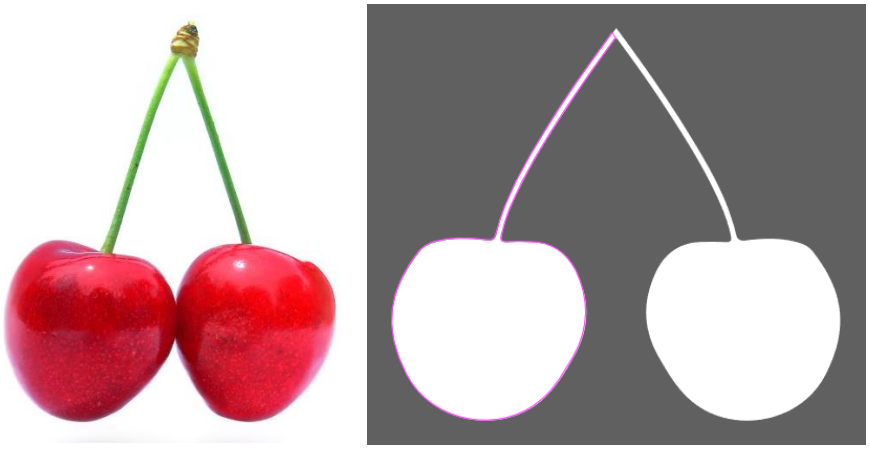
Gambar III.9 Ilustrasi anggur pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



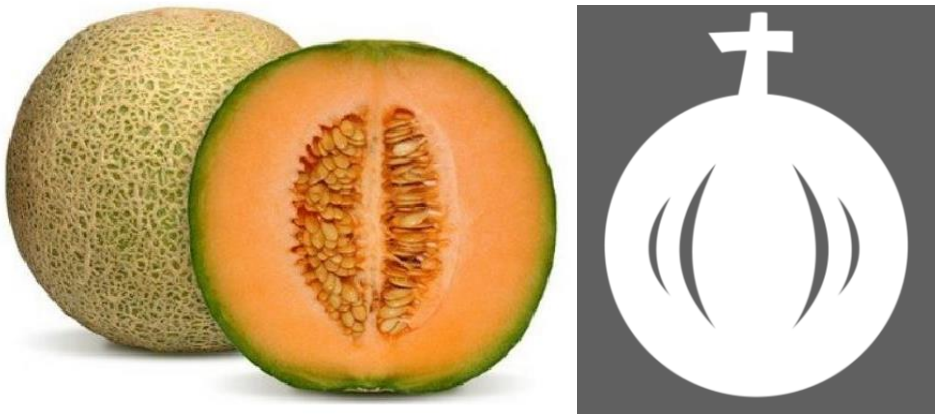
Gambar III.10 Ilustrasi *plain* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.11 Ilustrasi mangga pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.12 Ilustrasi ceri pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.13 Ilustrasi melon pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.14 Ilustrasi *green tea* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.15 Ilustrasi *taro* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.16 Ilustrasi *blueberry* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



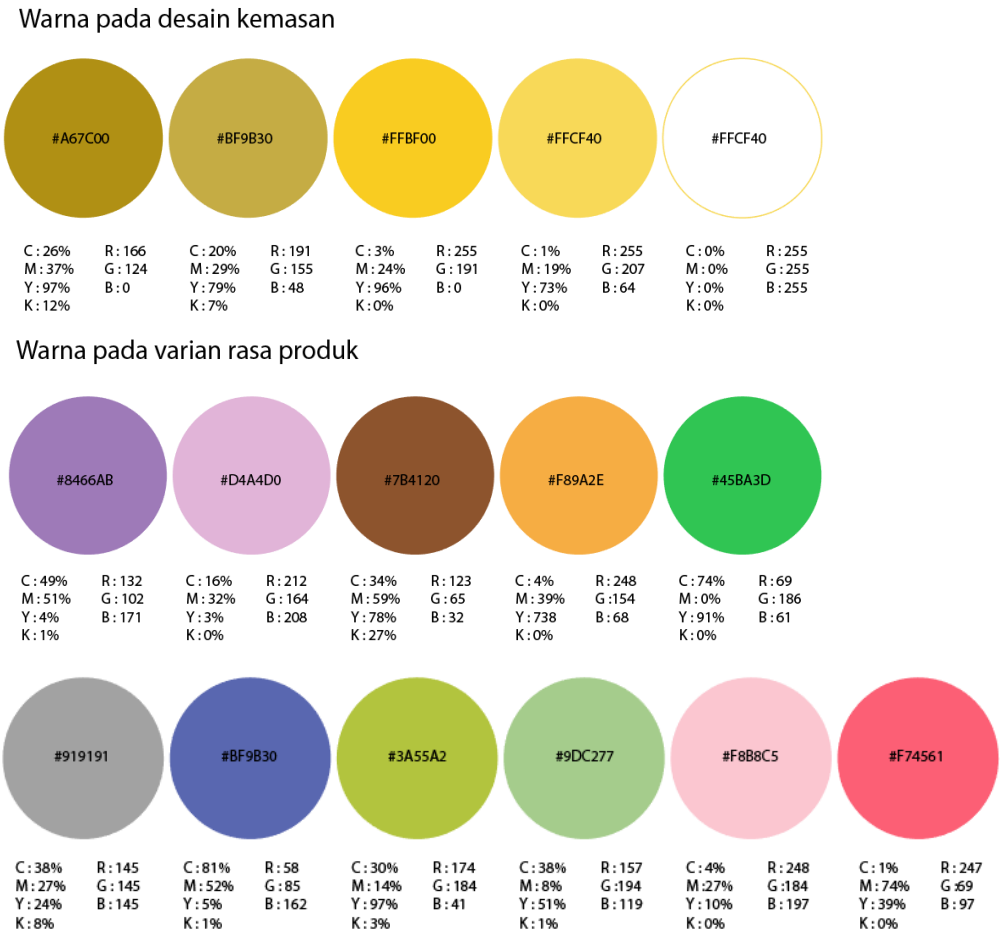
Gambar III.17 Ilustrasi *durian* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)



Gambar III.18 Ilustrasi *mocca* pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 12/06/18)

III.3.5 Warna

Warna adalah salah satu bagian terpenting yang ada pada elemen desain. Warna juga digunakan sebagai daya tarik terhadap orang – orang dan juga sebagai simbol dalam mewakili sesuatu sehingga masyarakat dapat mempersepsikan sesuatu (Leatrice Eiseman, 2006, h.16). Warna yang digunkan pada kemasan Youjell adalah warna – warna yang memiliki karakteristik *fresh* dan *exclusive* dari produk Youjell, sedangkan warna lainnya yang digunakan adalah warna dari varian rasa produk Youjell.



Gambar III.19 Warna yang digunakan pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 26/05/18)

Berikut pengaplikasian warna kedalam bentuk dan produk :



Gambar III.20 Warna setelah diaplikasikan pada kemasan Youjell
Sumber: pribadi
(diakses pada 26/05/18)