

Perancangan Desain Kemasan Makanan yang Representatif dan Fungsional bagi Pengguna

Susilawati, Rachmadita Dwi Pramesti*, Resti Dyah Kusumaasri, Maryam Halimah, Sari Rahmawati, Yudha Sujud Pranyoto

Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta, Jalan Prof. Dr. G. A Siwabessy, Kampus UI Depok 16424, Indonesia.

*email of corresponding author: susilawati.thabrany@grafika.pnj.ac.id

Abstract

Packaging design as a food container as well as brand identity, has a big influence on its users. Packaging is designed based on the needs and preferences of the target market or users in order to represent the product and fulfill the functionality of the packaging. Therefore, the purpose of this research is to design a representative packaging design so that it can be used as a food container with features that make it easy for the user and have a good impact on the environment. The research method uses a descriptive qualitative approach with design stages starting from idea preparation to prototype testing. The test results of the structural design and surface design elements of the packaging are analyzed to obtain a final conclusion regarding the suitability and usability of the product and its users. The results of the study show that functional packaging is a box-shaped package so that it can be easily stored when the user cannot finish his food. Besides that, the selection of illustrations for the atmosphere while eating can also represent the type of food and the interactions that occur when eating using the box packaging design.

Article History

Submitted: 12/04/2023

Revised : 08/05/2023

Accepted : 09/05/2023

Published: 09/05/2023

Keywords:

Desain kemasan,
Fungsional Kemasan,
Kemasan Makanan

Abstrak

Desain kemasan sebagai wadah makanan dan juga identitas brand, memiliki pengaruh yang besar terhadap penggunaannya. Kemasan dirancang berdasarkan kebutuhan serta preferensi target pasar atau pengguna agar dapat merepresentasikan produk dan memenuhi fungsionalitas kemasan tersebut. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk merancang desain kemasan yang representatif sehingga dapat digunakan sebagai wadah makanan dengan fitur yang memudahkan pengguna dan memiliki dampak yang baik untuk lingkungan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tahapan perancangan mulai dari penyusunan ide hingga pengujian prototype. Hasil uji desain struktur dan elemen desain surface kemasan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan akhir mengenai kesesuaian dan ketepatangunaan dengan produk dan penggunaannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang fungsional adalah kemasan yang berbentuk kotak sehingga dapat dengan mudah disimpan ketika pengguna tidak dapat menghabiskan makanannya. Selain itu pemilihan ilustrasi suasana saat makan juga dapat merepresentasikan jenis makanan dan interaksi yang terbangun saat makan menggunakan kotak desain kemasan tersebut.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman dan inovasi teknologi, saat ini masyarakat semakin dihadapkan pada banyak pilihan makanan dan minuman yang dijual diberbagai gerai. Untuk menarik perhatian masyarakat, tidak cukup hanya dengan adanya cita rasa makanan atau minuman yang dijual tetapi juga perlu ada daya tarik kemasan yang menjadi nilai lebih bagi produknya. Sehingga, diperlukan desain kemasan yang dapat menjadi wadah dan pelindung produk serta dapat juga meningkatkan nilai jual produk tersebut.

Selain untuk penjualan produk, Wikström, F., et al (2013) menyimpulkan tujuan utama dalam penggunaan kemasan adalah sebagai kampanye kepada masyarakat dalam hal mengurangi "Food Waste" atau sampah sisa makanan [1]. Dengan adanya kemasan, orang-orang dapat mengurangi kebiasaan untuk membuang makanannya yang tidak habis, melainkan mengajarkan kebiasaan baru dengan menyimpan kembali makanan tersebut di kemasan yang ada.

Dalam pembuatan kemasan, perlu dilakukan pengamatan dan penelitian mengenai desain kemasan yang dapat melindungi produk, memenuhi kebutuhan pasar, dan dapat menjadi daya tarik produk. Pada dasarnya dalam mendesain sebuah kemasan terdapat perbedaan sudut pandang antara dua pihak, pihak desainer dan juga pihak

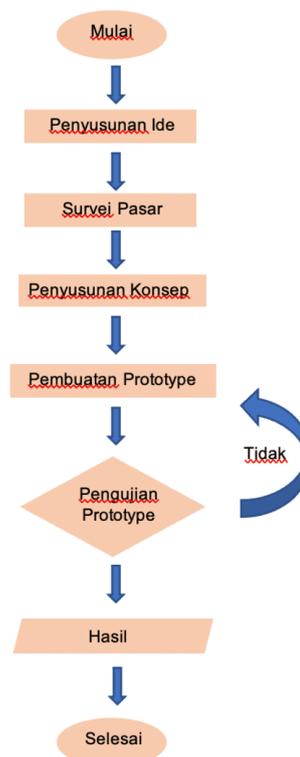
user (pengguna). Menurut David, J-V, et al (2021) desainer dan *user* memiliki fokus yang sama terhadap sebuah desain kemasan yaitu mengenai fungsionalitas dan juga wujud fisik dari desain kemasan tersebut [2]. Perbedaannya terletak dari bagaimana desainer dan *user* memandang kemasan tersebut, jika desainer akan menganggap bahwa pendekatan yang paling sempurna dari sebuah desain adalah dengan mempertimbangkan fungsionalitas dan juga desain yang dapat mengundang daya tarik pengguna. Sedangkan *user* akan memandang kemasan tersebut sebagai sarana yang afektif dalam pembelian barang dan produk yang akan mereka gunakan.

Dalam pemecahan masalah mengenai kemasan yang ada, desainer juga perlu memahami teknis untuk membuat kemasan yang baik, mulai dari material atau material yang digunakan, biaya produksi yang akan dikeluarkan, hingga dampaknya terhadap lingkungan. Desain kemasan yang baik adalah desain yang dapat memenuhi kebutuhan target pasar atau pengguna dan juga dapat melindungi lingkungan dari akibat yang disebabkan oleh aktivitas penggunaan kemasan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan desain kemasan hingga pengujian terhadap *prototype* kemasan yang digunakan sebagai sarana pelindung yang merepresentasikan produk. Objek penelitian ini adalah kemasan makanan yang digunakan untuk kantin Spirit Politeknik Negeri Jakarta (PNJ).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode perancangan seperti terlihat pada Gambar 1 serta uji *prototype* melalui observasi dan eksperimen:



Gambar 1. Tahapan Perancangan Desain Kemasan

Metode perancangan desain kemasan dilakukan seperti tahapan berikut:

1. Mengolah data dan informasi dari klien sebagai *client brief* untuk dijadikan dasar penentuan ide kemasan.
2. Melakukan survei pasar untuk mengetahui preferensi dan kebutuhan pasar terhadap desain kemasan.
3. Menyusun konsep desain yang akan digunakan berdasarkan preferensi pengguna.
4. Membuat *prototype* desain kemasan yang akan diuji langsung kepada target pasar atau pengguna.
5. Menguji *prototype* kepada pengguna secara langsung dan melakukan analisis terhadap hasil uji *prototype*.

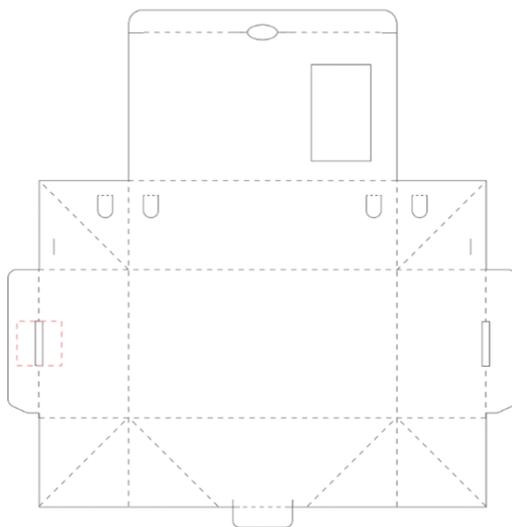
Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan survei pasar mengenai kebiasaan dan preferensi pengguna, ditemukan bahwa struktur kemasan yang dibutuhkan oleh user dan memudahkan pengguna (konsumen dan penjual) adalah struktur kemasan yang memiliki “*display window*” agar dapat melihat menu makanan dengan mudah. Selain itu, struktur kemasan yang disukai adalah juga yang dapat dilipat dan ditumpuk banyak untuk memudahkan penjual menyimpan kemasan tersebut. Dari hasil analisis data survei tersebut dibuat *moodboard* yang berisi referensi desain struktur kemasan sehingga dapat menjadi acuan dalam pembuatan struktur kemasan. Berikut adalah *moodboard* berdasarkan hasil observasi dan survei:



Gambar 2. *Moodboard* Struktur Kemasan

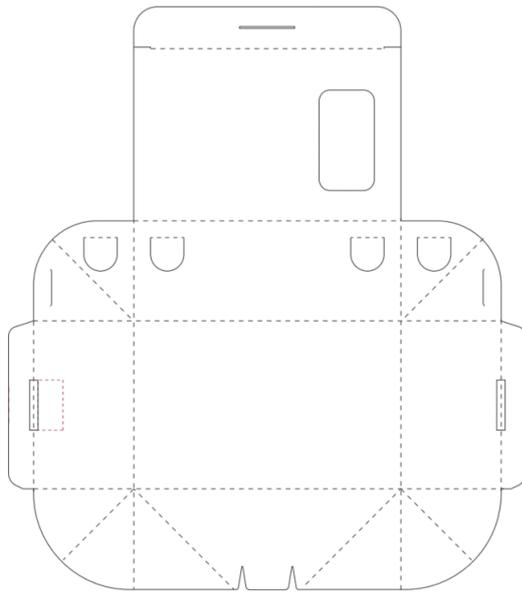
Dari moodboard di atas, dikembangkan menjadi struktur kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan juga yang memiliki nilai fungsionalitas tinggi, dengan estimasi biaya produksi yang efisien. Berikut adalah bentangan struktur kemasan tersebut:



Gambar 3. Struktur Kemasan

Pada rancangan struktur kemasan di atas memiliki spesifikasi ukuran sebesar 18x10x6cm dengan pertimbangan bahwa ukuran tersebut dapat mewadahi berbagai menu yang dijual.

Setelah struktur kemasan terbentuk, proses selanjutnya adalah membuat *prototype* struktur kemasan di material karton *ivory* 310gsm dengan laminasi *foodgrade* untuk keamanan makanan. *Prototype* ini diuji kepada pengguna secara langsung. Dari hasil pengujian ditemukan bahwa ukuran kemasan yang telah dirancang terlalu panjang dan juga tempat kunci (locking) mengganggu estetika kemasan. Sehingga harus dilakukan perbaikan terhadap ukuran struktur kemasan dengan dimensi menjadi 16x10x6cm sebagai pengembangan desain kemasan final, seperti pada gambar berikut:



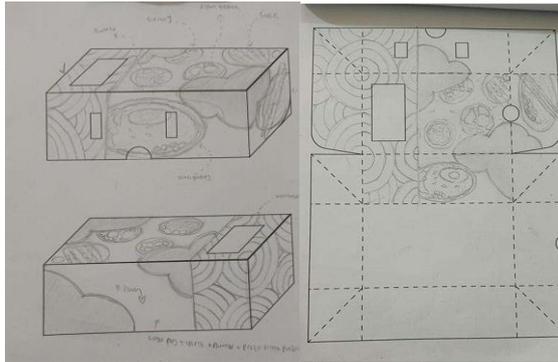
Gambar 4. Final Struktur Kemasan

Setelah struktur kemasan final terbentuk, tahap selanjutnya pembuatan konsep desain *surface* kemasan. Hasil analisis dari data dan informasi yang ada pada *brief* klien, disimpulkan bahwa konsep yang dapat mewakili representasi menu-menu yang dijual adalah “Istirahat Sejenak dari Aktivitas”. Visualisasi konsep ini dituangkan pada ilustrasi yang menggambarkan suasana kantin. Pada tahap menyusun konsep, juga dilakukan pembuatan *moodboard* untuk menemukan elemen-elemen desain yang sesuai dengan konsep yang ditentukan. Berikut adalah *moodboard design surface* yang akan digunakan:



Gambar 5. Moodboard Design Surface

Konsep tersebut kemudian dikembangkan menjadi sketsa dengan menggunakan elemen yang akan mewakili keadaan dan suasana kantin digambarkan menyeluruh agar dapat membantu pengguna untuk membentuk suasana makan yang baik. Berikut adalah sketsa yang digunakan dalam penyusunan desain kemasan:



Gambar 6. Sketsa Desain Kemasan

Dari sketsa di atas, kemudian di digitalisasi dan diwarnai sesuai dengan *color palette* yang telah didapat dari moodboard *design surface*. Digitalisasi sketsa menggunakan *software adobe illustrator*, dan dengan ukuran kanvas sebesar 37x28cm. Untuk mencetak kemasan, dibuat *Final Art Work* dengan menambahkan *bleed* (garis potong). *Bleed* disini berfungsi sebagai area lebih dari garis potong untuk mengantisipasi jika pada saat potong (triming) terjadi meleset dari garis potong yang dapat mengakibatkan area cetak ikut terpotong. Ukuran *bleed* sebesar 3mm di tiap sisi bentangan desain kemasan. Berikut adalah *Final ArtWork* desain kemasan yang siap untuk dicetak:



Gambar 7. *Final ArtWork* Desain Kemasan

Analisis Pemilihan Bahan Terhadap Fungsionalitas Kemasan

Dalam pemilihan bahan kemasan, perlu mempertimbangkan berbagai aspek agar kegunaannya tidak membawa pengaruh yang buruk bagi pengguna, produsen, maupun lingkungannya. Pada awalnya, kemasan makanan menggunakan plastik sebagai bahan utamanya. Namun seiring berjalannya waktu, penggunaan plastik mulai dikurangi bahkan dihilangkan [3]. Limbah *microplastic* yang dihasilkan dari sisa sampah plastik dapat masuk ke tubuh manusia melalui makanan yang dimakannya dan dapat mengancam kesehatan manusia. Oleh karena itu, mulai dikembangkan kemasan makanan dengan bahan yang lebih ramah lingkungan dan dengan biaya produksi yang murah.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, material karton dipilih karena karton merupakan bahan yang dapat di daur ulang dan juga karton dapat terurai dengan baik di lingkungan, berbeda dengan plastik. Oleh karena biaya produksi yang efisien dan juga efek yang ditimbulkan limbah kertas di lingkungan minim, saat ini karton menjadi bahan utama dan terus dikembangkan untuk industri kemasan makanan[3], [4].

Pada penelitian ini, bahan *ivory* dipilih karena *ivory* sendiri sudah memiliki sertifikasi *food grade*, dan juga memiliki kekuatan bahan yang baik untuk menampung makanan. Di sini juga digunakan laminasi plastik *food grade* untuk meminimalisir kebocoran cairan dari produk yang dijual. Proses laminasi menggunakan teknik laminasi panas, untuk merekatkan karton dan laminasi dengan baik agar tidak mudah terkelupas.

Karton ivory juga dipilih karena ketebalan dan kekuatannya yang pas, sehingga saat digunakan maupun saat penyimpanannya dapat mempermudah. Karena ketebalan yang pas, saat penyimpanan dan distribusi kemasan dari percetakan ke penjual akan lebih mudah karena tidak terlalu berat dan tebal. Selain itu saat penggunaan pun, penjual akan dengan mudah melipat struktur menjadi kotak karena ketebalan yang pas sehingga tidak memerlukan *effort* yang lebih untuk pembukaan kemasan. Saat digunakan oleh pengguna, kemasan *ivory* ini akan terasa nyaman karena tidak licin sehingga mudah digenggam oleh pengguna.

Analisis Struktur Kemasan Terhadap Preferensi User

Struktur kemasan yang dipilih pada penelitian ini adalah kemasan “kotak” yang dapat digenggam oleh tangan. Selain dapat digenggam dengan nyaman, dengan struktur kotak ini, memudahkan pengguna untuk menyimpan makanannya ketika tidak habis, dan dapat ditumpuk dengan mudah. Dengan demikian, limbah sisa makanan (*food waste*) akan berkurang secara signifikan karena kegunaan kemasan yang mempermudah untuk penyimpanan oleh pengguna. Wikström, F., et al (2013) menyimpulkan bahwa dengan fitur yang ditawarkan kemasan dalam memenuhi kebutuhan pengguna, dapat memfasilitasi pengguna dalam hal mengurangi sampah sisa makanan untuk kampanye kemasan ramah lingkungan.

Berikut adalah *prototype* atau *mock-up* desain kemasan yang menggambarkan hasil akhir pada penelitian ini:



Gambar 8. *Mock Up* Kemasan

Dengan fitur (*display window* dan *locking*) yang ditawarkan, kemasan dapat digunakan secara optimal dan juga dapat meningkatkan penjualan. Karena pelanggan akan merasa puas dengan servis yang diterima melalui fitur yang disediakan pada kemasan.

Analisis Pemilihan Elemen Desain Terhadap Komunikasi Kepada User

Ketika seorang pengguna memilih produk yang akan dibelinya, tidak disadari bahwa pemilihan produk tersebut dipengaruhi oleh elemen desain yang terdapat pada kemasan[5], [6]. Elemen desain yang dipakai pada desain kemasan mencerminkan identitas sebuah *brand* dan juga ekuitas sebuah *brand*. Pada penelitian ini, elemen desain

yang dipakai merupakan elemen desain yang mewakili suasana di Kantin Spirit dan identitas Politeknik Negeri Jakarta. Kemasan ini digunakan sebagai sarana penjualan aneka menu makanan di Kantin Spirit.

Elemen desain kemasan yang digunakan dapat menggambarkan suasana Kantin Spirit Politeknik Negeri Jakarta yang nyaman dan memiliki aneka ragam makanan yang lezat. Berikut adalah gambaran Elemen Desain yang digunakan dalam kemasan:



Gambar 9. Final ArtWork Desain Kemasan

Desain Bagian Atas Kemasan terdiri dari ilustrasi makanan lezat yang terdapat di kantin Spirit Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) yang dilengkapi dengan serbet dan juga meja yang diberi tekstur kayu. Pemberian tekstur kayu disini berguna untuk memberi kesan sejuk saat makan bersama di meja.

Selain itu pada bagian atas kemasan juga terdapat pola lingkaran bertumpuk, pola ini terinspirasi dari bentuk uap makanan saat makanan dan juga piring yang bertumpuk ketika dilihat dari sisi atas. Pola ini dibuat untuk merepresentasikan kesan “makan” yang akan disampaikan. Selain itu, pola ini juga terinspirasi dari pola tradisional jepang yaitu pola seigaiha, dimana pola ini melambangkan gelombang keberuntungan dan ombak kekuatan. Pola ini dipakai dengan harapan bahwa pesan yang ingin disampaikan dalam desain ini mengenai kekuatan akan terus muncul ketika sedang beristirahat sejenak dan menikmati makanan yang ada di dalam kemasan tersebut.

Selain itu, pesan SPIRIT yang ada di identitas PNJ disampaikan melalui pola ini dan juga dengan penambahan logo SPIRIT dibagian kiri atas, berdampingan dengan logo PNJ. Pesan SPIRIT juga tersampaikan dari copywriting yang berada ditengah desain yang berbunyi, “Fill Up Your SPIRIT BOOSTER”, copywriting ini bertujuan untuk menyampaikan bahwa makanan yang terdapat didalam kemasan berisi makanan yang dapat memulihkan energi yang telah dipakai saat beraktivitas. Tulisan Politeknik Negeri Jakarta ditambahkan juga disebelah Kanan atas kemasan guna untuk menunjukkan identitas PNJ pada kemasan ini.

Desain Bagian Depan Kemasan terdiri atas makanan yang diletakkan di atas meja dengan pemandangan Bus PNJ yang ada di luar jendela. Ini melambangkan bahwa ditengah perjalanan, perlu adanya waktu istirahat untuk memakan makanan lezat di kantin agar dapat mengisi kembali energi yang telah digunakan beraktivitas seharian.

Bus Politeknik yang terparkir disini guna untuk mengingatkan pengguna agar dapat menyisihkan waktunya sejenak untuk beristirahat makan. Pada bagian depan juga terdapat *barcode* yang dapat di *scan*. *Barcode* disini berisi menu yang ada di seluruh kantin Spirit PNJ, sehingga ketika ingin memilih makanan dan memesan kembali makanan tidak perlu repot untuk mengunjungi kedai makanan satu-persatu.

Pada bagian ini juga dilengkapi dengan *copywriting*, “*Wonderful food, wonderful Journey*”, ini bertujuan untuk menggambarkan serta memberi tahu para pengguna mengenai makanan yang lezat ditengah perjalanan aktivitas yang padat.

Desain Bagian Kanan terdiri atas suasana kantin Spirit yang ada di PNJ. Dengan adanya penggambaran suasana kantin, dapat mempengaruhi pengguna dan dapat membawa imajinasi pengguna mengenai Kantin Spirit PNJ.

Pada bagian ini juga terdapat *copywriting*, “*Tasty Food with Enthusiastic Atmosphere*”, ini menggambarkan bagaimana lezatnya makanan yang ada di kantin Spirit PNJ dilengkapi dengan kantin yang memiliki suasana yang nyaman untuk digunakan makan dan bersingah sejenak dari aktivitas.

Desain Bagian Belakang Kemasan terdiri dari ilustrasi tempat sampah dan juga *copywriting* yang bertuliskan, “*Keep Everything Clean*”. *Copywriting* disini bertujuan untuk mengajak orang-orang untuk selalu menjaga kebersihan dan juga sebagai salah satu gerakan dari kampanye ramah lingkungan. Dengan menyampaikan kampanye ini, ikut mendukung gerakan ramah lingkungan yang telah digiatkan oleh PNJ. Disini juga terdapat berbagai sosial media yang dimiliki oleh PNJ. Ini dicantumkan dengan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai PNJ.

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan rancangan desain kemasan dengan ukuran struktur kemasan berdimensi 16x10x6cm, menggunakan bahan karton *Ivory* 310gsm dan laminasi *food grade* pada bagian dalam kemasan. Struktur desain kemasan yang terbentuk telah diujikan untuk mendapat fungsionalitas yang efektif bagi penggunaanya.

Kenyamanan penggunaan kemasan juga didukung oleh fitur (*display window* dan *locking*) yang ditawarkan. Struktur yang kotak dan mudah disimpan dapat meminimalisir sampah sisa makanan karena makanan dapat disimpan kembali ketika tidak habis dikonsumsi.

Pemilihan elemen desain kemasan disesuaikan dengan struktur serta fitur yang baik agar pengguna dapat dengan nyaman menggunakannya. Selain itu, elemen desain kemasan ini dituangkan ke dalam konsep desain yang merepresentasikan suasana kantin Spirit dan identitas PNJ.

Referensi

- [1] F. Wikström, H. Williams, K. Verghese, and S. Clune, “The influence of packaging attributes on consumer behaviour in food-packaging life cycle assessment studies - A neglected topic,” *J. Clean. Prod.*, vol. 73, pp. 100–108, Jun. 2014, doi: 10.1016/j.jclepro.2013.10.042.
- [2] J. V. David, M. R. Ana, F. B. Santiago, and A. V. Faustino, “Aspects of industrial design and their implications for society. Case studies on the influence of packaging design and placement at the point of sale,” *Appl. Sci. Switz.*, vol. 11, no. 2, pp. 1–16, Jan. 2021, doi: 10.3390/app11020517.
- [3] A. T. Nguyen, L. Parker, L. Brennan, and S. Lockrey, “A consumer definition of eco-friendly packaging,” *J. Clean. Prod.*, vol. 252, Apr. 2020, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119792.
- [4] H. Z. Ouyang, “Selection and Application of Green Packaging Materials,” *Adv. Mater. Res.*, vol. 886, pp. 289–293, Jan. 2014, doi: 10.4028/www.scientific.net/AMR.886.289.
- [5] I. van Ooijen, M. L. Fransen, P. W. J. Verlegh, and E. G. Smit, “Packaging design as an implicit communicator: Effects on product quality inferences in the presence of explicit quality cues,” *Food Qual. Prefer.*, vol. 62, pp. 71–79, Dec. 2017, doi: 10.1016/j.foodqual.2017.06.007.
- [6] H. Al-Samarraie, A. Eldenfria, J. E. Doodoo, A. I. Alzahrani, and N. Alalwan, “Packaging design elements and consumers’ decision to buy from the Web: A cause and effect decision-making model,” *Color Res. Appl.*, vol. 44, no. 6, pp. 993–1005, Dec. 2019, doi: 10.1002/col.22427.