

Skripsi Aplikatif

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DAN MEDIA PROMOSI PADA
PRODUK *FREEDAY ACTIVE LIQUID* SEBAGAI *BRAND IDENTITY***

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi



Oleh:

MUHAMAD HIPJI NUPUS

18071180

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI & MULTIMEDIA

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

TAHUN 2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DAN MEDIA PROMOSI PADA PRODUK

FREEDAY ACTIVE LIQUID SEBAGAI BRAND IDENTITY

**Disetujui untuk dipertahankan dihadapan
Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

Oleh:

Muhamad Hipji Nopus

18071180

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Rani Dwi Bestari, S.Sos., M.A
NIDN. 0505028603

Dosen Pembimbing



Rosalia Prismarini Nurdiarti, S.Sos., M.A
NIDN. 0511018302

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah Diuji dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 12 Januari 2023

Dewan Penguji :

Ketua : Rosalia Prismarini Nurdiarti, S.Sos., M.A
NIDN. 0511018302

()

Penguji I : Astri Wulandari, S.I.Kom., M.A
NIDN. 0514018801

()

Penguji II : Arief Nuryana, S.E., M.I.Kom
NIDN. 0511097703

()

Mengetahui,

Dekan

**Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta**


UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA

Dr. Didik Haryadi Santoso, S.I.Kom., M.A

NIDN. 0506068801

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Hipji Nopus
No. Mahasiswa : 18071180
Angkatan : 2018
Program Studi : Ilmu Komunikasi & Multimedia
Judul Skripsi : Perancangan Desain Kemasan dan Media Promosi Pada
Produk *Freeday Active Liquid* Sebagai *Brand Identity*

Dengan ini menyatakan bahwa dalam karya skripsi aplikatif saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan guna memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah itu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 03 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



(Muhamad Hipji Nopus)

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. Yang selalu menjaga dan memberi kesehatan dalam mengerjakan perancangan ini.
2. Kedua orang tua, dan seluruh anggota keluarga penulis yang selalu senantiasa mendukung dan mendoakan penulis selama menyelesaikan skripsi aplikatif.
3. Didik Haryadi Santoso S.Kom.I., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan membimbing saya dari awal semester hingga semester akhir.
4. Rani Dwi Lestari S.Sos, MA selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Rosalia Prismarini N, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang selalu membantu dan memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi sampai akhir.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta atas segala ilmu dan bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi dan Multimedia.

7. Pak Khrisma Adhi selaku *owner brand Freeday Motoparts*
8. Teman teman yang ada di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta maupun teman teman dekat SMA yang telah memberikan dorongan, semangat, dan doa serta menemaniku saat suka maupun duka.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dan terlibat dalam pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi aplikatif ini, masih terdapat kekurangan sehingga nantinya diharapkan adanya kritik dan saran yang positif dan membangun demi menyempurnakan skripsi aplikatif ini. Penulis juga berharap nantinya skripsi aplikatif ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 04 Januari 2023

Muhamad Hipji Nopus

Perancangan Desain Kemasan dan Media Promosi Pada Produk *Freeday Active Liquid* Sebagai *Brand Identity*

Muhamad Hipji Nopus

Hipjinps@gmail.com

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstrak

Terdapat berbagai macam produk *spray* pengharum atau sterilisasi bakteri dan jamur untuk helm yang beredar dipasaran. Salah satu produk ini adalah *Freeday Active Liquid* yang merupakan produk baru dari *brand Freeday Motoparts*. Produk *Freeday Active Liquid* ini terdiri dari empat varian aroma.

Proses perancangan melalui tahapan data dengan teknik *focus group discussion* dan studi dokumen. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SWOT, kemudian data tersebut diolah dengan melakukan *client brief* yang dilanjutkan dengan *project brief*. Tahapan perancangan desain kemasan dan media promosi dilakukan dengan proses membuat *layout* kasar, *layout* lengkap, dan final desain. Instrumen yang digunakan dalam perancangan berupa kerta, pulpen, computer, dan menggunakan *software* Coreldraw dan Adobe Photoshop.

Hasil dari perancangan desain kemasan dan media promosi berupa desain kemasan dasar / botol *spray*, desain kemasan tambahan / *box*, *poster*, *sticker* varian aroma. Konsep perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* adalah *simple*, *elegant* dan *clean* sebagai *brand identity*. Target *audience* produk ini adalah pria dan wanita usia 19-64 tahun, dengan mobilitas tinggi.

Kata kunci: Perancangan Desain Kemasan, Media Promosi, Desain Kreatif.

Designing Packaging Designs and Promotional Media For Freeday Active Liquid Products As A Brand Identity

Muhamad Hipji Nopus

Hipjinps@gmail.com

Mercu Buana University of Yogyakarta

Abstract

There are various kinds of spray or bacterial and fungal sterilization for helmets on the market. One of these products is Freeday Active Liquid which is a new product from the Freeday Motoparts brand. This Freeday Active Liquid consists of four aroma variants.

The design process goes through data stages with focus group discussion and document studies. Data were analyzed using the SWOT analysis technique, then the data was processed by conducting a client brief followed by a project brief. The stages of designing packaging designs and promotional media are carried out by making complete rough layouts, layouts, and final designs. The instruments used in the design are paper, pens, computers, and use software Coreldraw and Adobe Photoshop

The results of designing packaging designs and promotional media are in the form of basic packaging designs/ spray bottles, additional packaging designs/ boxes, posters, scent variant stickers. The concept of packaging design and promotional media for Freeday Active Liquid is simple, elegant and clean as a brand identity. The target audience for this product are men and women aged 19-64 years, with high mobility.

Keywords: Designing Packaging Design, Media Promotion, Creative Design.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Skripsi Aplikatif.....	6
D. Manfaat Perancangan.....	6
E. Teknik Pengambilan Data.....	7
F. Sketsa Perancangan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Refrensi Karya.....	18
C. Refrensi Karya Tugas Akhir.....	21
BAB III KONSEP PERANCANGAN	22
A. Deskripsi Objek.....	22
B. Analisis SWOT.....	23
C. Client Brief.....	25
D. Project Brief.....	32
BAB IV HASIL PERANCANGAN	35
A. Konsep Perancangan.....	35
B. Konsep Yang Digunakan Dalam Mengeksekusi Karya.....	36
C. Strategi Visual Nonverbal.....	37
D. Proses Perancangan.....	40
E. Strategi Visual Desain.....	42
1) Label Produk / Kemasan Dasar.....	42
2) Kemasan <i>Box</i> / Kemasan Tambahan.....	56
3) <i>Sticker</i> Varian Aroma.....	60
4) Poster / Media Promosi.....	62
E. Analisis Desain Kemasan dan Media Promosi	72
BAB V PENUTUP.....	79
1. Kesimpulan.....	79
2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Referensi poster promosi.....	4
Gambar 1. 2 Referensi poster promosi.....	4
Gambar 1. 3 Sketsa ukuran desain kemasan tambahan	8
Gambar 1. 4 Keterangan ukuran desain kemasan tambahan	9
Gambar 1. 5 Sketsa ukuran desain kemasan dasar.....	9
Gambar 1. 6 Sketsa ukuran desain poster sebagai media promosi	9
Gambar 2. 1 Referensi desain kemasan	19
Gambar 2. 2 Referensi desain kemasan	19
Gambar 2. 3 Referensi desain poster	20
Gambar 2. 4 Referensi desain poster	21
Gambar 3. 1 Produk dari kompetitor sejenis.....	27
Gambar 3. 2 Produk dari kompetitor sejenis.....	27
Gambar 3. 3 Produk dari kompetitor sejenis.....	28
Gambar 3. 4 Produk dari kompetitor sejenis.....	28
Gambar 3. 5 Produk dari kompetitor sejenis.....	29
Gambar 3. 6 Produk dari kompetitor sejenis.....	29
Gambar 4. 1 Contoh <i>font Akira Extended</i>	37
Gambar 4. 2 Contoh <i>font Causten</i>	38
Gambar 4. 3 Contoh <i>font Evogria</i>	38
Gambar 4. 4 Contoh <i>font Argentum Sans</i>	38
Gambar 4. 5 <i>Layout</i> kasar label <i>Ocean Breeze</i>	43
Gambar 4. 6 <i>Layout</i> lengkap <i>Ocean Breeze</i>	43
Gambar 4. 7 Final desain label <i>Ocean Breeze</i>	44
Gambar 4. 8 Palet warna label <i>Ocean Breeze</i>	45
Gambar 4. 9 <i>Layout</i> kasar label <i>My Speeday</i>	46
Gambar 4. 10 <i>Layout</i> lengkap <i>My Speeday</i>	47
Gambar 4. 11 Final desain label <i>My Speeday</i>	47
Gambar 4. 12 Palet warna label <i>My Speeday</i>	48
Gambar 4. 13 <i>Layout</i> kasar label <i>Deep Jungle</i>	50
Gambar 4. 14 <i>Layout</i> lengkap <i>Deep Jungle</i>	50
Gambar 4. 15 Final desain label <i>Deep Jungle</i>	51
Gambar 4. 16 Palet warna label <i>Deep Jungle</i>	52

Gambar 4. 17 <i>Layout</i> kasar label <i>Rocky Coffee</i>	53
Gambar 4. 18 <i>Layout</i> lengkap <i>Rocky Coffee</i>	54
Gambar 4. 19 Final desain label <i>Rocky Coffee</i>	54
Gambar 4. 20 Palet warna label <i>Rocky Coffe</i>	55
Gambar 4. 21 <i>Layout</i> kasar kemasan <i>box</i>	57
Gambar 4. 22 <i>Layout</i> lengkap kemasan <i>box</i>	58
Gambar 4. 23 Final desain kemasan <i>box</i>	58
Gambar 4. 24 Palet warna kemasan <i>box</i>	59
Gambar 4. 25 <i>Layout</i> kasar <i>sticker</i> varian aroma.....	61
Gambar 4. 26 Final desain <i>sticker</i> varian aroma.....	61
Gambar 4. 27 <i>Layout</i> kasar poster promosi	62
Gambar 4. 28 <i>Layout</i> kasar poster varian aroma	63
Gambar 4. 29 <i>Layout</i> kasar poster promosi	63
Gambar 4. 30 <i>Layout</i> kasar poster keunggulan produk	64
Gambar 4. 31 <i>Layout</i> kasar poster keunggulan produk	64
Gambar 4. 32 <i>Layout</i> kasar poster cara penggunaan.....	65
Gambar 4. 33 <i>Layout</i> kasar poster <i>multipurpose</i>	65
Gambar 4. 34 Final desain poster promosi	66
Gambar 4. 35 Final desain poster varian <i>Ocean Breeze</i>	66
Gambar 4. 36 Final desain poster varian <i>My Speeday</i>	67
Gambar 4. 37 Final desain poster varian <i>Deep Jungle</i>	67
Gambar 4. 38 Final desain poster varian <i>Rocky Coffee</i>	68
Gambar 4. 39 Final desain poster promosi	68
Gambar 4. 40 Final desain poster keunggulan produk.....	69
Gambar 4. 41 Final desain poster keunggulan produk.....	69
Gambar 4. 42 Final desain poster cara penggunaan.....	70
Gambar 4. 43 Final desain poster <i>Multipurpose</i>	70
Gambar 4. 44 <i>Marketplace</i> Godwintrailmotoshop	75
Gambar 4. 45 <i>Marketplace</i> Godwintrailmotoshop	75
Gambar 4. 46 Kolom <i>chat</i> Godwintrailmotoshop.....	76
Gambar 4. 47 Kolom <i>chat</i> Godwintrailmotoshop.....	76
Gambar 4. 48 <i>Marketplace</i> Gudangtrailshop	77
Gambar 4. 49 Kolom <i>chat</i> Gudangtrailshop	78
Gambar 4. 50 Kolom <i>chat</i> Gudangtrailshop	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Biaya produksi kemasan <i>Freeday Active Liquid</i>	34
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Freeday Active Liquid merupakan salah satu produk baru dari brand Freeday Motoparts yang berupa spray untuk sterilisasi bakteri dan jamur, yang tentunya akan membutuhkan sebuah desain kemasan dan media promosi sebagai *brand identity*. Desain kemasan pada produk ini akan berupa desain label pada botol spray dan desain kemasan kotak atau box untuk botol itu sendiri yang mana pada kompetitornya biasanya hanya menggunakan desain label pada botol saja, tidak menggunakan desain kemasan kotak atau box.

Produk ini dapat digunakan untuk perlengkapan berkendara roda dua atau motor terutama helm, namun bisa juga untuk perlengkapan lainnya seperti, sarung tangan, jaket, dan sepatu. Di Indonesia sendiri pengguna sepeda motor cukup banyak, terhitung pada tahun 2020 terdapat 115.023.039 yang menggunakan sepeda motor¹. Beberapa perlengkapan dibutuhkan untuk mengendarai roda dua, seperti helm, sarung tangan, jaket maupun yang lainnya.

Perlengkapan mengendarai motor juga harus rutin dibersihkan agar terhindar dari jamur dan bakteri. Terdapat beberapa produk yang beredar dipasaran yang berguna untuk menghilangkan jamur dan bakteri dengan cara yang efektif dan

¹ (<https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>)

mudah juga sekaligus berfungsi untuk sebagai parfum pada helm, yaitu seperti produk spray *Safe Clean Freshener Perfume*². Produk tersebut berbentuk cairan sebanyak 60 ml yang bisa disemprotkan pada benda yang ingin disterilisasi dari jamur dan bakteri, selain itu produk ini berperan sebagai *perfume* yang memiliki aroma *Coffee Mocca*. Selain produk *Safe Clean Freshener Perfume*, juga masih terdapat produk dari merk lain, seperti *Bowin Oxy Activ Spray*. Produk tersebut juga memiliki fungsi yang sama yaitu mensterilisasi jamur dan bakteri sebagai penyebab bau, produk yang berisi 75 ml ini memiliki tiga varian aroma, yaitu *Natural Fresh* (tanpa aroma), *Coffee Milk* dan *Stawberry cheesecake*³. Selain dari kedua produk tersebut, masih banyak terdapat produk serupa yang beredar dipasaran, seperti Produk *spray Freeday Active Liquid* dari *brand Freeday Motoparts*. Produk ini bisa mensterilisasi atau menghilangkan bakteri dan jamur yang menjadi penyebab bau pada helm maupun perlengkapan bermotor lainnya dengan cara menyemprotkannya pada bagian yang ingin disterilisasi.

Brand Freeday motoparts sendiri bergerak dibidang otomotif, terutama pada perlengkapan, *sparepart*, dan variasi motor atau kendaraan roda dua. Salah satu keunggulan pada produk *spray* dari *brand* ini memiliki ialah memiliki empat varian aroma, yaitu *Ocean Breeze*, *My Speeday*, *Deep Jungle*, *Rocky Coffee*. Keunggulan lainnya yang terdapat pada produk ini yaitu dari segi harga yang terjangkau dari

² (<https://www.tokopedia.com/crystalclean/parfum-penghilang-bau-helm-spray-anti-bakteri-kuman>)

³ (<https://www.tokopedia.com/houseofcareofficial/spray-pengharum-penghilang-bau-helm-jaket-sepatu-spray-anti-bakteri-strawberry>) (Anggraini, 2014) (Witari, Nyoman, Widyana, & Nyoman, 2014) (Maria, 2018)

kompetitornya juga memiliki kapasitas 100 ml per botolnya. Selain bisa digunakan pada helm, produk ini juga bisa digunakan di berbagai media lain, seperti sarung tangan, jaket dan lain sebagainya. Produk ini merupakan salah satu produk baru dari *brand Freeday Motoparts* yang tentunya membutuhkan kemasan.

Kemasan merupakan bagian yang penting untuk sebuah produk. Berbagai macam kemasan dibuat berbeda dan semenarik mungkin pada tiap produk. Selain berguna sebagai pelindung produk, kemasan yang di desain berbeda dan semenarik mungkin bisa menjadi identitas produk itu sendiri.

Tujuan dari desain kemasan ialah untuk mengkomunikasikan identitas pada setiap produknya. Desain kemasan memiliki pesan visual yang ingin disampaikan produsen kepada calon pembeli. Desain kemasan pada produk yang dibuat menarik dan berbeda dengan kompetitornya bisa menciptakan citra visual yang kuat dibenak konsumen mengenai produk itu sendiri.

Selain desain kemasan yang merupakan salah satu bagian yang penting, media promosi juga tidak kalah penting dalam suatu produk. Karena dengan adanya media promosi bisa membantu penjualan terhadap suatu produk. Terdapat berbagai macam media promosi, salah satunya ialah poster. Poster merupakan salah satu media yang banyak digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Poster mengombinasikan kata-kata, garis maupun gambar yang dibuat semenarik mungkin agar menarik perhatian dan juga agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.



Gambar 1. 1 Referensi poster promosi <https://tinyurl.com/2xxbvjfs>
Diakses pada tanggal 27 September 2022



Gambar 1. 2 Referensi poster promosi <https://tinyurl.com/mr46853z>
Diakses pada tanggal 27 September 2022

Terdapat beberapa poster yang akan dibuat yang berisi pesan yang berbeda-beda mengenai produk ini, seperti poster berisikan pengenalan dari produk ini sendiri, cara penggunaan, juga keunggulan dari produk ini. Poster yang berisi

beberapa informasi itu juga akan disisipkan foto produk dari produk *Freeday Active Liquid*.

Poster merupakan media promosi yang akan digunakan pada produk *Freeday Active Liquid*. Dengan adanya media promosi, akan membantu pada produk ini bersaing dipasaran. *Freeday Active Liquid* harus tampil dengan menunjukkan keunikannya sendiri yang memiliki empat varian wangi berbeda.

Produk *spray Freeday Active liquid* membutuhkan beberapa desain kemasan yang berbeda untuk tiap varian aromanya, desain kemasan tersebut harus bisa menciptakan citra visual yang kuat di benak masyarakat. Media promosi juga dibutuhkan untuk keperluan pemasaran dan untuk memperkenalkan produk ini pada calon konsumen. Maka dari itu penulis tertarik untuk menjadikan produk *Freeday Active Liquid* dari brand *Freeday Motoparts* sebagai objek tugas akhir yang perlu dibuatkan perancangan desain kemasan dan media promosi, sehingga produk ini dapat bersaing dipasaran dan agar dapat menarik konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah:

“Bagaimana perancangan Desain Kemasan dan Media Promosi Pada Produk *Freeday Active Liquid* sebagai brand identity?”

C. Tujuan Skripsi Aplikatif

Adapun tujuan dilaksanakannya tugas akhir ini adalah untuk merancang desain kemasan dan media promosi pada produk *Freeday Active Liquid*.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Akademis

Tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi pekerja kreatif ataupun mahasiswa di bidang yang sama, terutama di bidang Visual komunikasi yang mempelajari rangkaian proses menyampaikan pesan menggunakan media penggambaran. Tugas akhir ini juga dapat memberikan informasi mengenai perancangan desain kemasan suatu produk beserta media promosinya. Tugas akhir ini menjadi sumbangan pustaka untuk mengembangkan bidang akademis.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari tugas akhir ini juga dapat bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan kepada khalayak bahwa perancangan desain kemasan dan media promosi dapat memberi informasi, mengedukasi, juga membuat produk bisa bersain dan bertahan dipasaran.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam melaksanakan skripsi aplikatif pada produk *Freeday Active Liquid* produksi *Freeday Motoparts*, sebagai berikut:

a. *Focus Group Discussion*

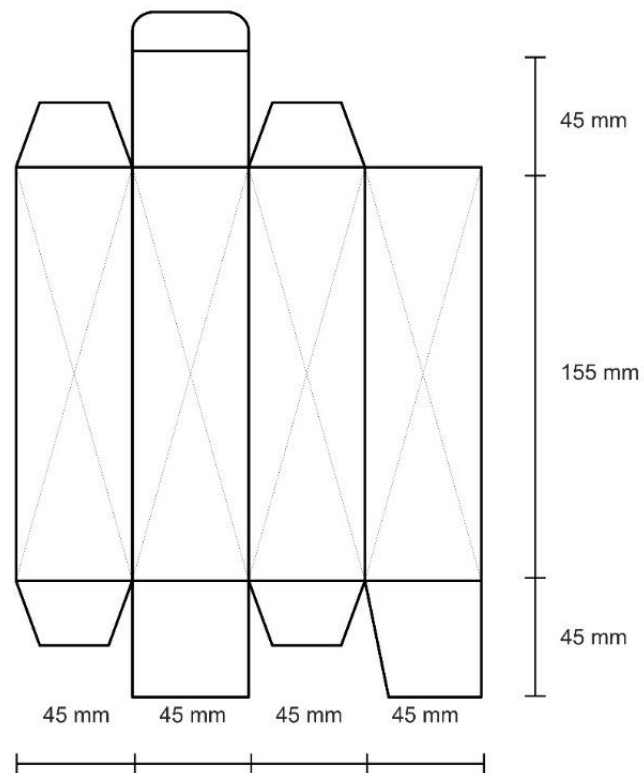
Penulis melakukan *brainstorming* dan diskusi dengan pak Khrisma Adi selaku *Owner* dari brand *Freeday Motoparts* mengenai perancangan desain kemasan dan media promosi pada produk *Freeday Active Liquid*. Diskusi ini dilakukan agar mendapat kesepahaman antar peneliti dengan *client* yaitu *Owner* dari *Freeday Motoparts* mengenai desain yang diinginkan, juga agar peneliti bisa membuat sebuah desain yang bisa menyampaikan informasi kepada khalayak sesuai yang diinginkan *client*.

b. Studi Dokumen

Penulis melakukan studi dokumen yang berkaitan dengan perancangan ini. Penulis bisa memperoleh wawasan atau data melalui teks, gambar, foto dan dokumen lainnya. Penulis mencari desain kemasan maupun poster sebagai media promosi yang serupa dengan perancangan kali ini untuk dijadikan referensi.

F. Sketsa Perancangan

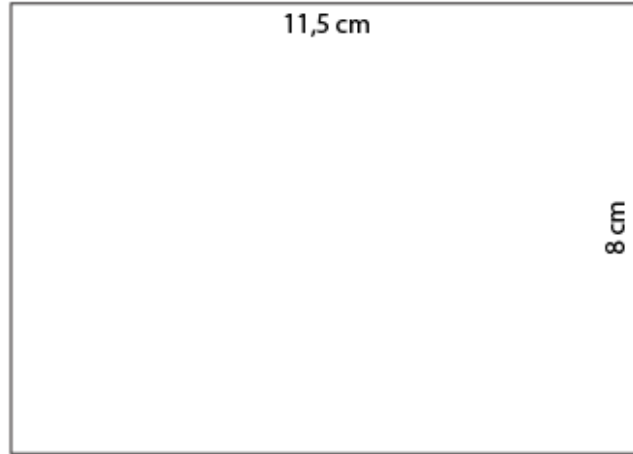
Produk ini akan memiliki dua kemasan, yaitu kemasan dasar atau utama yang berbentuk botol *spray*, lalu kemasan tambahan sebagai *brand identity* yang berbentuk box akan melindungi kemasan dasar atau utama.



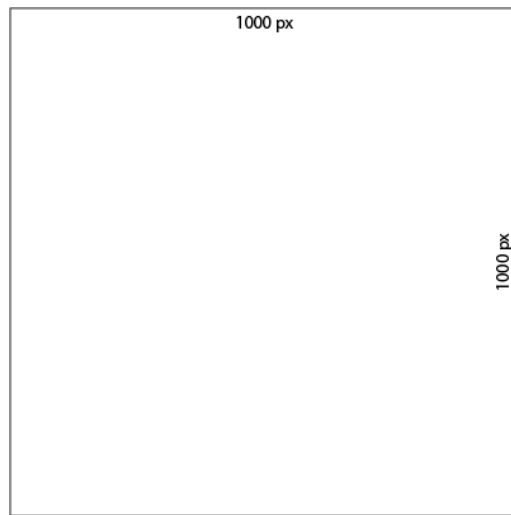
Gambar 1. 3 Sketsa ukuran desain kemasan tambahan

	Size	Item
	155x45x45 mm	Spray Freeday

Gambar 1. 4 Keterangan ukuran desain kemasan tambahan



Gambar 1. 5 Sketsa ukuran desain kemasan dasar



Gambar 1. 6 Sketsa ukuran desain poster sebagai media promosi

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual terdiri dari tiga satuan kata yaitu, Desain, Komunikasi, Visual. Desain merupakan kegiatan yang berkaitan dengan perancangan estetika, kreativitas, maupun cita rasa. Selain mencakup eksplorasi visual, desain juga mencakup aspek yang lebih luas seperti filosofis, kultural-sosial, teknis dan bisnis. Lalu komunikasi adalah proses memberi atau menerima informasi atau pesan yang terjadi antara dua orang atau lebih. Visual sendiri merupakan segala sesuatu yang bisa terlihat.

Secara umum, desain komunikasi visual adalah usaha atau seni dalam menyampaikan pesan atau informasi dengan menggunakan visual yang disampaikan melalui berbagai media desain. Desain komunikasi visual bertujuan untuk memberi informasi, mempengaruhi, juga bisa mengubah perilaku *audience*. Proses desain memperhitungkan beberapa aspek, seperti aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang didapat dari riset,

brainstorming, pemikiran maupun dari referensi desain yang sudah ada sebelumnya.⁴

Terdapat unsur-unsur desain komunikasi visual antarlain adalah sebagai berikut:

a. Garis (*Line*)

Garis merupakan sebuah goresan atau arahan yang dapat berbentuk lurus maupun melingkar. Garis memiliki peran pada pembentukan suatu objek karena karakter sebuah objek ditentukan oleh goresan atau arahan garis. Secara orientasi garis memiliki berbagai macam jenis, adalah seperti garis vertikal, horizontal, zig-zag, diagonal, lengkung, berombak dan gabungan.⁵

b. Bidang (*Shape*)

Bidang merupakan sebuah permukaan dua dimensi yang terbentuk sebagian ataupun sepenuhnya dari garis. Bidang memiliki bentuk bermacam-macam seperti bentuk-bentuk geometris juga bentuk yang tidak beraturan. Bidang yang berbentuk geometris memiliki kesan formal, sedangkan bidang yang berbentuk tidak beraturan memiliki kesan yang tidak formal atau santai.⁶

⁴ Lia Anggraini. 2014. “Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula”. Bandung: Nuansa

⁵ Sri Witari, Ni Nyoman, Widyana, I Gusti Nyoman. 2014. Desain Komunikasi Visual. Hal. 36. Yogyakarta: Graha Ilmu

⁶ Ibid, Hal.39

c. Warna

Warna adalah salah satu elemen visual yang sangat penting yang berperan menguatkan makna yang ingin disampaikan pada sebuah gambar disamping membuat sebuah desain atau gambar lebih menarik.

d. Gelap Terang (*value*)

Gelap terang merupakan sebuah tingkatan terang gelap atau muda pada warna yang digunakan yang biasanya disebut *lightness* atau kecerahan. Gelap terang berperan sebagai pencipta kemudahan dalam memahami sebuah desain melalui kontras gelap terang tersebut. Kontras gelap terang ini bersifat relatif karena nilai gelap terang juga bergantung pada elemen-elemen lain disekitarnya. Komposisi warna yang kontras akan menciptakan kesan dinamis, enerjik, riang, dramatis dan juga bergairah. Begitupun sebaliknya, komposisi warna yang menggunakan kontras yang rendah akan menciptakan kesan tenang, damai, santai.⁷

e. Tekstur (*Texture*)

Tekstur merupakan sebuah nilai kasar atau halus nya sebuah permukaan. Nilai pada permukaan bisa berbeda-beda seperti, kasar, halus, bermotif, buram, keras maupun lunak dan juga sebagainya. Dalam hal desain komunikasi visual, tekstur lebih mengarah ke tekstur semu, yaitu merupakan kesan visual dari

⁷ Sri Witari, Ni Nyoman, Widyana, I Gusti Nyoman. 2014. Desain Komunikasi Visual. Hal. 44. Yogyakarta: Graha Ilmu

suatu bidang. Tekstur biasanya berperan untuk mengatur keseimbangan dan kontras.⁸

2. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam sebuah desain. Tipografi sendiri merupakan suatu ilmu yang mempelajari berbagai macam huruf serta penggunaannya. Tipografi bisa membantu sebuah desain dalam menyampaikan pesan yang terkandung didalamnya. Huruf dapat dikelompokkan menjadi lima jenis, adalah sebagai berikut⁹:

a. Sans Serif

Jenis huruf ini tidak memiliki kait atau ekor pada setiap ujung hurufnya. Sans serif biasanya digunakan atau cocok untuk *screen-font* (tampilan layar monitor).

b. Serif

Sebaliknya dari *Sans serif*, huruf ini memiliki kait atau ekor pada setiap ujung hurufnya. Jenis huruf ini menciptakan kesan yang formal.

⁸ Ibid, Hal.45

⁹ Sihombing, Danton. Tipografi Dalam Desain Grafis. 2002. Hal. 56. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama

c. *Script*

Jenis huruf ini biasanya disebut huruf sambung, karena memiliki karakter huruf yang saling berhubungan. Huruf ini dapat menciptakan kesan anggun juga feminim.

d. *Decorative*

Jenis huruf ini memiliki karakter yang unik dan terlihat rumit. Huruf ini lebih baik digunakan hanya untuk *headline* saja.

e. *Monospace*

Setiap huruf jenis *Monospace* memiliki jarak maupun lebar yang sama pada setiap hurufnya.

3. Desain Kemasan Dalam Visualisasi

a. Definisi & Fungsi Kemasan

Kemasan adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan mendesain atau merancang dan memproduksi bungkus untuk suatu barang. Kemasan atau bungkus terdiri dari kemasan dasar, kemasan tambahan, kemasan pengiriman.

Kemasan dasar ialah bungkus langsung dari suatu barang. Kemasan tambahan adalah bahan yang melindungi kemasan dasar. Lalu kemasan pengiriman adalah kemasan atau bungkus yang diperlukan untuk penyimpanan atau pengiriman.

Terdapat beberapa alasan utama untuk melakukan pengemasan atau pembungkusan, seperti, kemasan untuk keamanan dan kemanfaatan yang dapat melindungi suatu barang diperjalanan dari produsen ke konsumen, selain itu kemasan dapat membatu program pemasaran yang bisa membuat efektif untuk identifikasi suatu produk dipasaran, lalu kemasan juga bisa meningkatkan penjualan suatu produk dengan cara membuat kemasan semenarik mungkin agar dapat memikat calon konsumen.¹⁰

Terdapat empat fungsi atau kontribusi penggunaan dari kemasan, yaitu:¹¹

1) *Swalayan (self service)*

Dalam hal ini kemasan berperan penting untuk menarik perhatian, menjadi identitas suatu produk, menciptakan keyakinan terhadap konsumen, dan membuat kesan yang bagus.

2) *Kemakmuran konsumen (consumer affluence)*

Peningkatan kemakmuran konsumen akan berarti bahwa konsumen akan bersedia membayar lebih besar untuk kenyamanan, penampilan, keandalan dan gengsi dari kemasan yang lebih baik

3) *Perusahaan dan citra merek (company and brand image)*

Kemasan juga memiliki peran yang penting untuk pengakuan perusahaan atau merek.

¹⁰ Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Virt (Sudjadi Tjipto, 2019)ual. Hal. 45. Yogyakarta:Budi Utama

¹¹ Ibid, Hal.46

4) Peluang inovasi (*inovational opportunity*)

Kemasan yang inovatif akan membawa keuntungan untuk dua pihak, yaitu manfaat untuk konsumen dan laba untuk produsen.

b. Daya Tarik Kemasan

Desain kemasan harus dibuat semenarik mungkin sebagai *brand identity* agar bisa menarik perhatian calon konsumen dipasaran. Daya tarik kemasan dibagi menjadi dua, yaitu:¹²

1) Daya Tarik Visual

Daya tarik visual terletak pada penampilan pada kemasan itu sendiri seperti warna yang digunakan, bentuk pada kemasan itu sendiri, logo dan merek yang bisa menjadi identitas tiap produk, ilustrasi, jenis huruf yang digunakan, dan tentu tata letak yang tepat dalam mendesain sebuah kemasan.

2) Daya Tarik Praktis

Daya tarik praktis atau secara fungsional juga harus diperhatikan. Daya tarik praktis merupakan tingkat efektifitas dan efisiensi suatu kemasan, misalnya untuk kemudahan penyimpanan, kemudahan untuk membawanya, dan juga kemudahan untuk membuka kemasan itu sendiri.

¹² Rahardjo, Sudjadi Tjipto. Desain Grafis Kemasan UMKM. 2019. Hal. 55. Sleman: Budi Utama

4. Poster sebagai Media Promosi

Poster merupakan suatu gambar atau media komunikasi yang memfokuskan pada makna atau pesan yang terkandung didalamnya. Media komunikasi grafis dapat dikategorikan seperti media komunikasi cetak/visual, media luar ruangan, media elektronik, tempat pajang, barang kenangan.¹³ Poster sendiri termasuk dalam kategori media komunikasi cetak/visual.

Poster berisi visualisasi gambar dengan menggunakan warna-warna yang bisa menarik perhatian yang biasanya ditempelkan di titik ramai. Namun seiring perkembangan zaman poster juga sekarang banyak dibuat untuk di *posting* pada berbagai *platform* media sosial yang biasanya disebut poster digital.

B. Referensi Karya

Terdapat banyak sumber yang bisa dijadikan referensi karya, seperti *platform* Behance. Behance sendiri adalah sebuah *platform* untuk meng-*upload* sebuah karya. Selain untuk meng-*upload* karya, Behance juga memiliki fungsi sebagai media sosial yang memungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain atau juga bisa melihat karya-karya orang lain yang bisa dijadikan sebagai referensi karya yang akan dibuat. Dari Behance, penulis menemukan beberapa

¹³ Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Hal. 64. Yogyakarta: Budi Utama

karya yang menjadi inspirasi penulis dalam perancangan desain kemasan dan konten kreatif pada tugas akhir ini.



Gambar 2. 1 Referensi desain kemasan dari www.behance.net
Diakses pada tanggal 26 Juni 2022



Gambar 2. 2 Referensi desain kemasan dari www.behance.net
Diakses pada tanggal 26 Juni 2022

Tidak hanya melalui *platform* Behance, penulis juga mencari referensi di *platform* lainnya seperti Freepik. Freepik sendiri adalah sebuah *platform* yang menyediakan berbagai asset desain, baik *vector*, *template* desain, foto maupun lainnya yang menyangkut visual. Selain fungsinya sebagai penyedia asset desain, Freepik juga bisa dijadikan untuk mencari referensi sebuah karya. Penulis menemukan beberapa karya yang penulis jadikan sebagai inspirasi dalam membuat poster untuk media promosi pada produk *Freeday Active Liquid*.



Gambar 2. 3 Referensi desain poster dari www.freepik.com
Diakses pada tanggal 28 Juni



Gambar 2. 4 Referensi desain poster dari www.freepik.com
Diakses pada tanggal 28 Juni 2022

C. Referensi Karya Tugas Akhir

Referensi karya yang penulis ambil adalah sebuah skripsi aplikatif yang berjudul “Perancangan *In Store* Media dan Konten Kreatif Instagram Sebagai Inovasi Media Promosi UMKM Putri Wilis Madiun” yang merupakan karya dari Karenina Meuthia Dewi dari program studi Ilmu Komunikasi, fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Perancangan tersebut dimulai dengan tahapan pengumpulan data baik secara verbal maupun visual melalui Observasi, Wawancara, Dokumentasi, juga menggunakan beberapa alat dan instrumen yang mendukung. Setelah data berhasil

dikumpulkan, selanjutnya data tersebut diolah menjadi konsep perancangan yang menghasilkan beberapa desain serta kesimpulan media promosi. Dari konsep perancangan *In Store* media dan konten kreatif tersebut menghasilkan Label Produk, *Hang Tag* produk, *X-banner*, Brosur, Konten Kreatif Instagram, *Shopping Bag*, *Point of Purchase*.

Adapun pembeda dari skripsi aplikatif tersebut dengan tugas akhir ini adalah tugas akhir ini lebih focus terhadap desain kemasan dan poster digital sebagai media promosi. Hasil dari perancangan tugas aplikatif ini adalah beberapa desain kemasan dan beberapa poster digital yang berisikan berbagai informasi mengenai produk yang akan disampaikan ke khalayak.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Deskripsi Objek

Freeday Active Liquid merupakan salah satu produk yang baru di produksi dari *brand Freeday Motoparts* yang beroperasi di Yogyakarta. *Brand* ini terbilang masih muda atau belum lama berdiri. *Freeday Motoparts* berdiri pada tahun 2021.

Freeday Motoparts yang merupakan sebuah *brand* baru dibidang otomotif, selalu berusaha bersaing dipasaran dengan banyaknya kompetitor yang sudah ada sejak lama. *Brand* ini menyediakan kebutuhan untuk para pengguna motor, seperti *sparepart*, perlengkapan maupun variasi motor.

Seiring berjalannya waktu, *brand* ini mengeluarkan produk-produk terbarunya, salah satunya ialah produk yang akan dibuat perancangan desain kemasan dan media promosi di tugas akhir ini.

Produk dari *brand* ini yaitu *Freeday Active liquid*, yang merupakan produk yang berbentuk cairan *spray* yang berfungsi untuk menghilangkan bakteri dan jamur pada helm, jaket, sarung tangan maupun perlengkapan kendaraan bermotor lainnya yang sering dipakai. Cara penggunaannya cukup mudah, hanya perlu disemprotkan ditempat yang ingin disterilisasi dari bakteri dan jamur setelah itu didiamkan selama 1-2 menit. Dengan menghilangkan bakteri, terutama pada helm bisa mencegah gatal-gatal pada kulit kepala maupun ketombe dan masih banyak

keuntungan lainnya dari membersihkan bakteri dan jamur. Produk ini juga sudah aman, karna tidak mengandung alkohol maupun residu beracun sehingga aman jika terkena kulit. Selain itu produk ini juga tidak meninggalkan noda jika telah digunakan.

Produk *Freeday Active Liquid* memiliki empat varian wangi ialah *Ocean Breeze*, *My Speeday*, *Deep Jungle*, dan *Rocky Coffee*. *Ocean Breeze* memiliki aroma yang menghadirkan nuansa segar dan *tropical*. *My Speeday* memiliki aroma yang menghadirkan nuansa yang menyegarkan dan membuat semangat bagi orang yang memiliki mobilitas tinggi setiap harinya. *Deep Jungle* memiliki aroma yang menghadirkan nuansa alami atau natural. Lalu untuk varian *Rocky Coffee* memiliki aroma kopi yang menciptakan kesan lembut dan *elegant*.

Meskipun memiliki empat wangi yang berbeda, namun produk ini bukan memfokuskan pada parfum atau wanginya, melainkan fokus pada fungsinya yang bisa menghilangkan bakteri dan jamur. Helm maupun jaket bisa mengeluarkan bau yang tidak enak karena disebabkan oleh bakteri dan jamur, disinilah peran produk ini yaitu mensterilisasi bakteri dan jamur yang menjadi sumber bau tidak enak.

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan pada produk *Freeday Active Liquid* untuk melihat dan mendalami kelebihan maupun kekurangan yang bisa menjadi peluang

maupun ancaman pada produk ini. Analisis SWOT pada produk *Freeday Active Liquid* ini adalah sebagai berikut:

1. Strength (kekuatan)

- a) Tidak mengandung alkohol
- b) Tidak mengandung residu beracun
- c) Aman terkena kulit
- d) Tidak meninggalkan noda
- e) Instan sterilisasi bakteri dan jamur
- f) Dapat digunakan pada berbagai *apparel* kendaraan bermotor
- g) Dapat dengan mudah dibeli melalui online shop

2. Weakness (kelemahan)

- a) Produk ini tidak seharum parfum atau pewangi helm lainnya, karena fokus nya untuk menghilangkan bakteri dan jamur.
- b) Produk ini ialah produk baru dari *brand Freeday Motoparts*.

3. Opportunity (peluang)

- a) Target pasar produk ini sangat banyak, karena hampir setiap orang beraktifitas menggunakan kendaraan roda dua yang harus membersihkan *apparel* nya sesekali.
- b) *Freeday Active Liquid* memiliki empat varian wangi yang menjadi salah satu keunikannya tersendiri.
- c) Tidak mengandung bahan berbahaya dan alkohol.

4. Threat (ancaman)

- a) Produk ini memiliki banyak kompetitor dengan produk serupa yang telah lama berdiri.
- b) Tiap kompetitor memaksimalkan desain kemasan agar menarik dan memiliki fungsi berbeda-beda

C. Client Brief

Client brief berisi analisis singkat mengenai produk yang terdiri dari masalah-masalah yang biasanya merupakan hal teknis seperti spesifikasi produk yang akan diproduksi, segmentasi pasar, keterangan perusahaan atau merek, kompetitor dari produk yang sama, *timeline project*, estimasi biaya. *Client brief* pada produk *Freeday Active Liquid* adalah sebagai berikut:

i. Brand

Produk yang diproduksi oleh *Freeday Motoparts* ini salah satunya adalah *Freeday Active Liquid* yang berupa cairan *spray* yang bisa mensterilisasi bakteri dan jamur. Produk ini bisa digunakan pada helm, jaket, sarung tangan dan sepatu.

ii. Product Knowledge

Produk *Freeday Active Liquid* memiliki empat varian wangi atau aroma yang berbeda yaitu, *Ocean Breeze*, *My Speeday*, *Deep Jungle*, *Rocky Coffee* yang akan dijual dengan harga sekitar Rp 15.000 – 30.000. Produk ini

diprakarsai oleh seseorang yang bernama Khrisma Adhi sebagai *owner* dari *brand Freeday Motoparts*. Fungsi produk ini lebih berfokus untuk mensterilisasi bakteri dan jamur sebagai *brand identity*, sehingga aromanya tidak akan terlalu harum. Produk yang mudah digunakan dengan instan ini tidak mengandung bahan berbahaya dan juga tidak mengandung alkohol sehingga aman jika terkena kulit. Produk yang dibuat di rumah produksi ini merupakan salah satu produk baru dari *brand Freeday Motoparts* sehingga membutuhkan desain kemasan dan media promosi sebagai *brand identity*.

iii. **Permasalahan Objek**

Permasalahan yang dimiliki oleh produk *Freeday Active Liquid* sendiri adalah karena produk ini merupakan produk baru dari *brand* yang belum lama berdiri sehingga belum banyak dikenal dan belum memiliki citra yang kuat dikalangan konsumen. Permasalahan lain juga banyaknya kompetitor dari produk yang sama yang telah ada lebih dulu dan sudah memiliki *audiens* nya sendiri.

Produk dari kompetitor kebanyakan memiliki wangi yang sangat harum karena fokus produknya berupa parfum atau pewangi untuk helm dan *apparel* lainnya. Sedangkan produk *Freeday Active Liquid* memfokuskan pada fungsinya untuk menghilangkan bakteri dan jamur sehingga tingkat keharuman pada produk ini tidak terlalu tinggi.



Gambar 3. 1 Produk dari kompetitor sejenis <https://tinyurl.com/2xxbvjfs>
Diakses pada tanggal 27 September 2022



Gambar 3. 2 Produk dari kompetitor sejenis <https://tinyurl.com/mr46853z>
Diakses pada tanggal 27 September 2022



Gambar 3. 3 Produk dari kompetitor sejenis <https://bit.ly/3ErSHf1>
Diakses pada tanggal 14 November 2022



Gambar 3. 4 Produk dari kompetitor sejenis <shorturl.at/eN015>
Diakses pada tanggal 14 November 2022



Disinfektan
Penghilang Bau

60
ml

Gambar 3. 5 Produk dari kompetitor sejenis <https://rb.gy/xb4s1n>
Diakses pada tanggal 14 November 2022



Gambar 3. 6 Produk dari kompetitor sejenis <https://rb.gy/bnkaa7>
Diakses pada tanggal 14 November 2022

Beberapa produk dari kompetitor lebih menjual atau lebih fokus menunjukkan pewangi sebagai keunggulan produknya, sedangkan pada produk *Freeday Active Liquid* lebih memfokuskan fungsinya untuk sterilisasi bakteri dan jamur. Produk dari kompetitor juga biasanya tidak menggunakan kemasan box sebagai pelindung kemasan utama, namun *Freeday Active Liquid* akan menggunakan kemasan box.

Jangkauan daya jual produk *Freeday Active Liquid* juga tidak terlalu luas, karena ini merupakan produk baru yang mana produk ini tidak akan langsung bisa tersebar dan tersedia di banyak toko otomotif atau bengkel terutama daerah jogja dan sekitarnya. Untuk membantu jangkauan daya jual agar lebih luas, produk ini akan dijual juga secara online melalui beberapa *marketplace*. Namun terdapat suatu permasalahan lagi ketika akan menjualnya secara online, yaitu sudah banyak produk dari kompetitor yang cukup laris atau sudah banyak riwayat pembelian dan *review* oleh konsumen di *marketplace*. Dan juga ketika seseorang akan mencari produk *spray* untuk helm dengan cara melakukan pencarian di Google, hasilnya adalah produk *spray* helm dari *brand* Klinxy yang tampil paling atas di kolom pencarian.

Freeday Active Liquid sebagai produk baru harus memiliki inovasi terbaru, agar bisa menarik perhatian *audiens* dipasaran, salah satunya dengan cara membuat promosi dengan memperlihatkan keunggulan yang bisa disampaikan melalui poster kreatif.

iv. **Tujuan Pemasaran Objek**

Tujuan pemasaran pada produk *Freeday Active Liquid* adalah sebagai produk yang membantu mempermudah orang untuk membersihkan atau mensterilkan helm maupun *apparel* lainnya dari bakteri dan jamur secara instan dan mudah, juga karena banyaknya yang beraktivitas menggunakan kendaraan roda dua baik saat siang maupun malam hari yang membuat helm atau *apparel* lainnya menjadi cepat kotor.

v. **Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar produk ini dibagi menjadi tiga yaitu berdasarkan faktor demografis, geografis dan psikografis. Demografis: pria dan wanita usia 19-64 tahun, dengan mobilitas tinggi. Geografis: Indonesia terutama Yogyakarta dan juga kota yang padat akan penggunaan sepeda motor. Psikografis: Orang yang memiliki gaya hidup atau mengutamakan kebersihan.

vi. **Positioning**

Berdasarkan latar belakang produk, dapat disimpulkan bahwa positioning produk ini adalah “cairan anti bakteri dan jamur”. Yang memiliki makna bahwa produk *Freeday Active Liquid* merupakan produk cairan yang bisa mensterilisasi bakteri dan jamur untuk helm, sarung tangan, jaket, dan sepatu yang memiliki empat varian wangi atau aroma dengan desain kemasan dan media promosi sebagai *brand identity*.

vii. ***Mandatory***

Pesan-pesan yang ingin disampaikan pada produk ini adalah bahwa produk ini efektif untuk menghilangkan bakteri dan jamur dan tidak mengandung bahan yang berbahaya bagi kulit, juga memiliki empat varian wangi atau aroma yang menjadi pembeda dengan produk-produk dari kompetitor.

D. *Project Brief*

Project brief ialah tahap selanjutnya yang memberikan penjelasan mengenai kesimpulan, kebutuhan maupun solusi dari masalah yang didapat dari *client brief*.

Project brief dari *Freeday Active Liquid* adalah sebagai berikut:

i. Ringkasan

Freeday Active Liquid tidak mengandung bahan residu beracun maupun alkohol sebagai identitas produk sehingga aman jika terkena kulit. Produk ini juga merupakan produk baru dari *brand Freeday Motoparts* yang berfokus untuk mensterilisasi bakteri dan jamur pada helm, sarung tangan, jaket, dan sepatu.

Berdasarkan permasalahan *Client brief*, Desain kemasan pada produk ini akan dibuat berbeda setiap aromanya agar calon konsumen dapat mengidentifikasi tiap varian wangi atau aroma dengan mudah. Dan juga karena ini merupakan produk baru yang berfokus untuk mensterilisasi bakteri dan

jamur maka membutuhkan desain kemasan dan media promosi sebagai *brand identity* untuk penyampaian informasi atau mengenalkan kepada calon konsumen.

Desain kemasan ini akan digunakan selama produk ini masih diproduksi tergantung perkembangan dipasaran. Terdapat kemungkinan-kemungkinan untuk *re-design* kemasan pada produk ini ketika produk ini bisa bertahan dan terus berkembang dipasaran. Produk ini akan dibantu bertahan dipasaran dengan menggunakan media promosi.

ii. Tujuan

Pencapaian yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari kebutuhan produk *Freeday Active Liquid* adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan diskusi bersama *client* agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.
- b. Membuat dua desain kemasan yaitu desain kemasan tambahan dan desain kemasan dasar.
- c. Membuat desain kemasan yang berbeda tiap varian wangi atau aroma agar mudah diidentifikasi.
- d. Membuat desain poster sebagai media promosi produk *Freeday Active Liquid*

iii. Biaya produksi

Dengan tujuan dari pembuatan desain kemasan maka berikut adalah anggaran biaya produksi serta barang-barang yang digunakan pada saat proses perancangan:

No.	Nama Produksi	Jumlah	Harga	Total
1.	Botol Spray	1000 pcs	Rp 1.300 / pcs	Rp 1.300.000
2.	Label Botol	1000 pcs	Rp 8.000 / 9 pcs	RP 888.000
3.	Kemasan Box	1000 pcs	Rp 1.849 / pcs	Rp 1.849.000
4.	Sticker Varian	1235 pcs	Rp 8.000 / Lembar	Rp 40.000
	Total			Rp 4.077.000

*Tabel 1.1 Biaya Produksi perancangan desain kemasan Freeday
Active Liquid*

BAB IV

HASIL PERANCANGAN

A. Konsep Perancangan

Konsep perancangan tentu sangat dibutuhkan dalam menciptakan desain kemasan yang kreatif dan inovatif yang bisa membantu bersaing dipasaran. Tahap pertama dalam konsep perancangan ini adalah menentukan pendekatan desain yaitu membuat desain dengan mengolah grafis, huruf serta menggunakan warna-warna yang selaras dengan produk *Freeday Active Liquid* sebagai *brand identity*. Dengan empat varian aroma yang berbeda yaitu *Ocean Breeze My Speeday*, *Deep Jungle* dan *Rocky Coffee*, maka warna yang digunakan pada desain kemasan juga berdeda menyesuaikan dari masing-masing aroma.

Terdapat dua jenis kemasan pada produk ini, yaitu desain kesmasan dasar yang berupa botol yang ditempel dengan label, lalu ada kemasan tambahan yang berupa *box* atau kotak yang akan melindungi kemasan dasar. Kemasan tambahan ini juga menjadi salah satu keunggulan dan sebagai *brand identity* dari produk *Freeday Active Liquid*, karena biasanya produk serupa dari kompetitor tidak menggunakan kemasan tambahan berupa *box* atau kotak.

Selain desain kemasan, juga terdapat media promosi berupa beberapa poster digital yang berisi informasi dari produk itu sendiri. Poster ini juga tentu akan menampilkan foto produk *Freeday Active Liquid* dengan deskripsi dari masing-

masing varian aroma, juga terdapat poster yang berisi informasi mengenai keunggulan pada produk ini, cara penggunaan dan bahan dasar pembuatan *spray* yang aman jika terkena kulit. Rancangan desain kemasan dan media promosi ini dibuat menggunakan *software* Coreldram dan Photoshop.

B. Konsep yang Digunakan Dalam Mengeksekusi Karya

1. Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Minat Beli

Minat beli merupakan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum akhirnya memutuskan membeli suatu produk. Minat beli diperoleh dari proses pemikiran yang menciptakan persepsi, sehingga minat beli bisa menumbuhkan motivasi dibenak konsumen dan bisa menjadi keinginan yang kuat. Lalu pada akhirnya konsumen tersebut didorong untuk memenuhi kebutuhan yang ada dalam benaknya tersebut.

Desain visual yang unik, varian bermacam-macam, warna, bentuk, dan informasi yang diberikan dari suatu produk yang bisa menjadi ciri khas atau *brand identity*, akan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli sebuah produk. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual dari sebuah produk memiliki pengaruh dalam minat beli konsumen.

C. Strategi Visual NonVerbal

1. *Typography*

Typography merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah desain. *Typography* berfungsi dalam pemilihan jenis huruf atau karakter huruf itu sendiri yang didasarkan pada gaya desain. Dari tema yang diangkat, menggunakan jenis huruf yang sederhana dan tegas sehingga desain terkesan *clean* dan tetap dapat menyampaikan informasi dengan baik. Jenis-jenis huruf yang akan dipilih:

a. *Akira Extended*

Jenis huruf *Akira Extended* digunakan sebagai huruf utama atau *heading* dalam desain kemasan dasar / label dan pada desain kemasan kotak / tambahan. Huruf ini memiliki karakter yang tegas dan tebal sehingga cocok untuk dijadikan *heading*. Contoh huruf *Akira Extended*:

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Gambar 4.1 Contoh font *Akira Extended*

b. *Causten*

Jenis huruf *Causten* termasuk dalam jenis huruf *sans serif* yang karakter hurufnya sederhana namun tetap tegas dan dapat mudah

dibaca sehingga informasi yang yang diberikan melalui visualisasi desain akan mudah tersampaikan. Contoh huruf *Causten*:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 4.2 Contoh font *Causten*

c. *Evogria*

Jenis huruf *Evogria* memiliki karakter yang tegas, tebal dan kaku namun mudah untuk dibaca. Jenis huruf ini digunakan sebagai *heading* pada desain poster. Contoh huruf *Evogria*:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 4.3 Contoh font *Evogria*

d. *Argentum Sans*

Jenis huruf *Argentum Sans* termasuk dalam jenis huruf *sans serif* yang sederhana namun tetap tegas dan mudah dibaca. Jenis huruf ini digunakan untuk penulisan isi materi pada desain poster. Contoh huruf *Argentum Sans*:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 4.4 Contoh font *Argentum Sans*

2. Warna

Penggunaan warna tertentu dapat menjadi identitas atau ciri khas yang terdapat dalam sebuah produk pada rancangan desain kemasan. *Freeday Active Liquid* memiliki empat varian aroma yang akan memiliki warna dominan yang berbeda pada desain kemasannya dan juga pada poster sebagai media promosinya. Beberapa warna dipilih agar menghasilkan kesan simple, elegan, juga mewah. Salah satu warna yang akan digunakan adalah warna hitam. Warna hitam akan selalu dituangkan dalam perancangan desain kemasan maupun poster, menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah.

3. Layout

Layout atau tata letak merupakan hal yang penting dalam sebuah desain visual. *Layout* adalah sebuah usaha dalam menyusun elemen grafis yang digunakan dalam perancangan desain kemasan dan poster media promosi sebagai *brand identity*. Perancangan ini menggunakan tahapan *layout* sebagai berikut:

a. *Layout* Kasar

Layout kasar merupakan tahapan pertama dalam menyusun tata letak elemen-elemen desain dan dibuat secara manual pada sebuah

kertas. Tata letak yang terpilih nantinya akan digunakan untuk pengembangan desain. Sudah terdapat gambar yang sesuai dengan yang sebenarnya juga sudah terdapat susunan teks yang sudah bisa terbaca. *Layout* kasar masih bisa direvisi, baik tata letak atau pengurangan maupun penambahan elemen desain.

b. *Layout* Lengkap

Layout lengkap merupakan penyempurnaan dari *Layout* kasar yang sudah memiliki ketepatan ukuran, skema, warna maupun rincian lainnya yang memperlihatkan hasil dari sebuah rancangan yang telah dibuat menggunakan aplikasi computer dalam hal ini adalah *CorelDraw*

c. *Final Desain*

Final desain merupakan hasil akhir visualisasi dari *layout lengkap* dan berupa *print out* yang siap untuk dipublikasikan.

D. Proses Perancangan

1. *Brain Storming*

Brain storming adalah cara atau teknik untuk mencari gagasan atau ide dalam perancangan ini. *Brain storming* dilakukan secara langsung bersama *client*. Hal ini perlu dilakukan agar hasil perancangan sesuai dengan yang diinginkan oleh *client*.

Hasil dari proses *brain storming* yang dilakukan secara langsung dengan *client*, menghasilkan beberapa gagasan atau ide untuk perancangan desain kemasan dan media promosi. Setelah bertukar pendapat dengan penulis, akhirnya membuahakan kesimpulan bahwa *Client* menginginkan desain kemasan dibuat terlihat elegan dan menyesuaikan dengan desain kemasan produk lainnya dari *brand Freeday Motoparts* agar tetap seirama. Produk lainnya dari *brand* ini memiliki desain yang *simple, elegant*, dan selalu menggunakan warna hitam. Lalu poster dibutuhkan juga untuk media promosi produk ini. Produk ini membutuhkan poster sebagai media penyampaian informasi kepada *audience* yang menjelaskan mengenai produk ini sendiri, kegunaan atau fungsi produk ini, keunggulan, dan cara penggunaan.

Gagasan atau ide yang didapat dari proses *brain storming* akan dikembangkan lagi oleh penulis dan perancangan akan dibuat sejalan dengan ide atau gagasan yang ada.

2. Revisi

Setelah mendapatkan ide atau gagasan untuk perancangan desain kemasan dan poster, penulis melanjutkan untuk membuat desain menggunakan aplikasi komputer yaitu CorelDraw dan Photoshop. Penulis membuat desain dengan mencari referensi dari internet dan juga menyesuaikan elemen desain dengan produk *Freeday Active Liquid*. Desain yang telah dibuat akan diajukan atau diperlihatkan terlebih dahulu kepada *client* secara langsung,

namun beberapa kali *client* belum merasa cocok dengan desain yang telah dibuat. Terdapat beberapa kali penyesuaian atau revisi yang dilakukan agar sesuai dengan keinginan *client* hingga akhirnya membuahakan Final desain yang telah disetujui oleh *client*.

E. Strategi Visual Desain

1. Label Produk / Kemasan Dasar

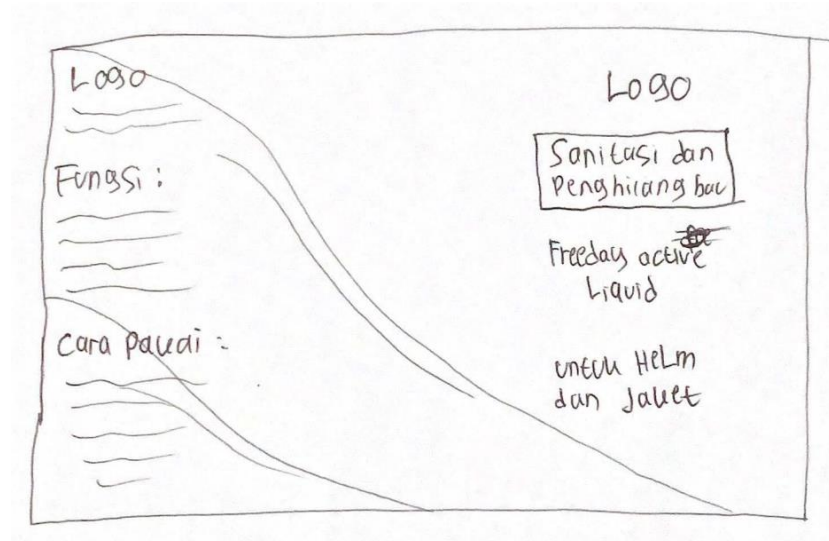
Label produk / kemasan dasar suatu produk berperan sebagai pembeda atau diferensiasi dengan produk lain yang serupa yang terdapat dipasaran. Dengan adanya label kemasan akan membantu meningkatkan daya saing dipasaran terlebih lagi jika desain kemasan dibuat menarik yang desain sesuai dengan target pasar.

Produk *Freeday Active Liquid* yang merupakan produk baru yang memiliki 4 varian aroma harus memiliki label kemasan yang menarik dan memperhatikan unsur-unsur penting dalam sebuah desain kemasan. Desain label ini akan diaplikasikan pada botol berukuran 100ml.

Maka dari itu desain label kemasan pada produk *Freeday Active Liquid* akan dirancang menarik sesuai *brand identity* dengan memperhatikan unsur-unsur estetika dan juga aspek penting dalam sebuah desain kemasan label. Berikut ini adalah tahapan dalam perancangan desain label:

a) *Ocean Breeze*

1) *Layout Kasar*



Gambar 4.5 *Layout kasar label Ocean Breeze*

2) *Layout Lengkap*



Gambar 4.6 *Layout lengkap label Ocean Breeze*

3) Final Desain

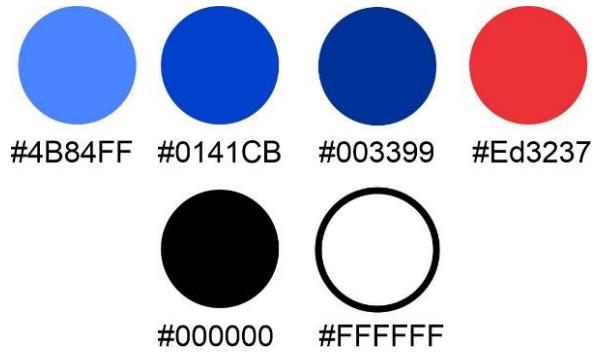


Gambar 4.7 Final desain label Ocean Breeze

4) Keterangan

- a) Bahan : Stiker Cromo
- b) Ukuran label : Label 11,5 cm x 8 cm
- c) Ukuran botol : 100 ml
- d) Font : *Akira Extended & Causten*

5) Warna



Gambar 4.8 Palet warna label *Ocean Breeze*

6) Deskripsi label *Ocean Breeze*

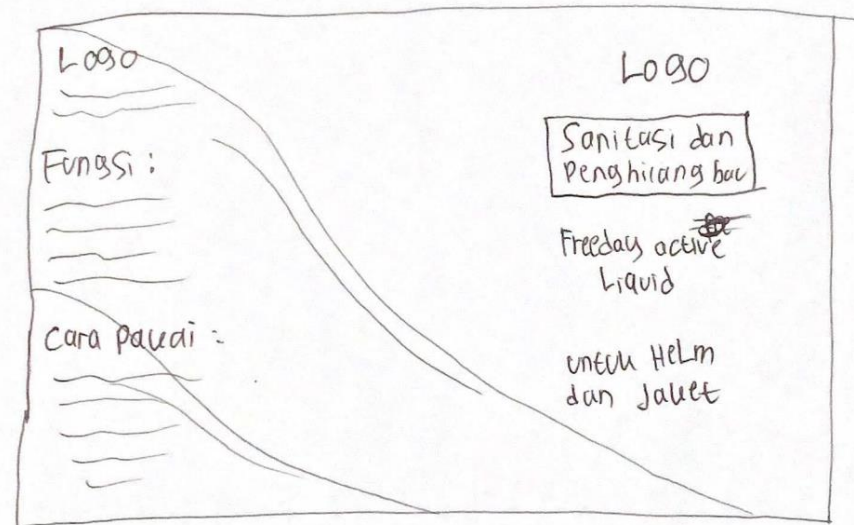
Pada label kemasan varian *Ocean Breeze* dibuat berbentuk persegi panjang karena bentuk ini cocok untuk ditempelkan pada botol *spray* berukuran 100 ml. Pada label ini memiliki warna dominan berwarna biru dipadukan dengan warna hitam sebagai *brand identity*. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Dominan berwarna biru karena varian ini menggambarkan air laut biru yang menyegarkan. Juga elemen grafisnya berupa seperti gelombang air dan percikan air yang menggambarkan produk itu tersendiri yang berbentuk air atau *spray*. Gambar helm juga ditambahkan yang mengartikan produk ini untuk digunakan pada helm, namun terdapat keterangan juga bahwa produk ini tidak hanya untuk

helm, bisa juga untuk sarung tangan, jaket, sarung tangan, maupun *apparel* lainnya.

Pada desain label varian ini juga terdapat *brand* dan lambang *Freeday Active Liquid* yaitu nama produk itu sendiri, juga terdapat *tagline* bahwa ini adalah produk sterilisasi bakteri dan jamur penghilang bau. Disisi lain juga ada teks yang sedikit menjelaskan penyebab bau pada helm yang disebabkan oleh bakteri, terdapat juga fungsi atau peran dari produk ini, selain itu terdapat juga penjelasan mengenai cara penggunaannya.

b) *My Speeday*

1) *Layout Kasar*



Gambar 4.9 *Layout kasar label My Speeday*

2) Layout Lengkap



Gambar 4.10 Layout lengkap label My Speeday

3) Final Desain

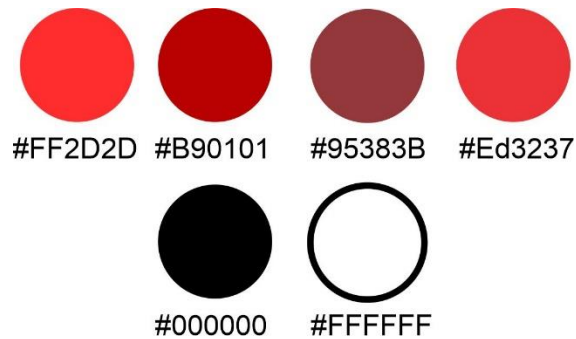


Gambar 4.11 Final desain label My Speeday

4) Keterangan

- a) Bahan : Stiker Cromo
- b) Ukuran label : 11,5 cm x 8 cm
- c) Ukuran botol : 100 ml
- d) Font : *Akira Extended & Causten*

5) Warna



Gambar 4.12 Palet warna label My Speeday

6) Deskripsi label *My Speeday*

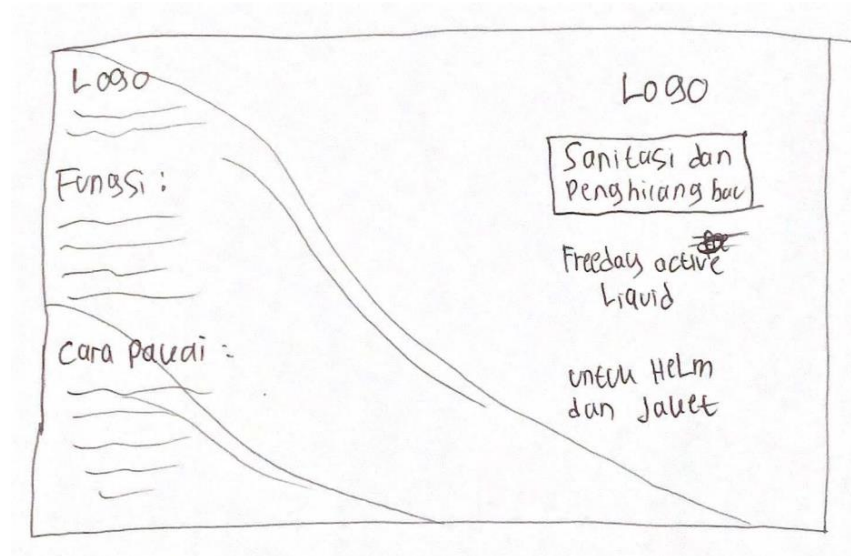
Pada label kemasan varian *My Speeday* dibuat berbentuk persegi panjang karena bentuk ini cocok untuk ditempelkan pada botol *spray* berukuran 100 ml. Pada label ini memiliki warna dominan berwarna merah dipadukan dengan warna hitam sebagai *brand identity*. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari

warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Dominan berwarna merah karena varian *My Speeday* menggambarkan sesuatu yang berenergi, kekuatan dan kepercayaan diri. Juga elemen grafisnya berupa seperti gelombang air dan percikan air yang menggambarkan produk itu tersendiri yang berbentuk air atau *spray*. Gambar helm juga ditambahkan yang mengartikan produk ini untuk digunakan pada helm, namun terdapat keterangan juga bahwa produk ini tidak hanya untuk helm, bisa juga untuk sarung tangan, jaket, sarung tangan, maupun *apparel* lainnya.

Pada desain label varian ini juga terdapat *brand* dan lambang *Freeday Active Liquid* yaitu nama produk itu sendiri, juga terdapat *tagline* bahwa ini adalah produk sterilisasi bakteri dan jamur penghilang bau. Disisi lain juga ada teks yang sedikit menjelaskan penyebab bau pada helm yang disebabkan oleh bakteri, terdapat juga fungsi atau peran dari produk ini, selain itu terdapat juga penjelasan mengenai cara penggunaannya.

c) **Deep Jungle**

1) **Layout Kasar**



Gambar 4.13 Layout kasar label Deep Jungle

2) **Layout Lengkap**



Gambar 4.14 Layout lengkap label Deep Jungle

3) Final Desain

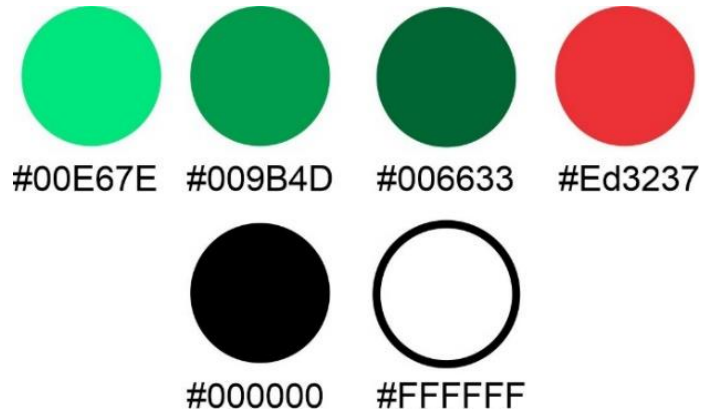


Gambar 4.15 Final desain label Deep Jungle

4) Keterangan

- a) Bahan : Stiker Cromo
- b) Ukuran label : 11,5 cm x 8 cm
- c) Ukuran botol : 100 ml
- d) Font : *Akira Extended & Causten*

5) Warna



Gambar 4.16 Palet warna label *Deep Jungle*

6) Deskripsi label *Deep Jungle*

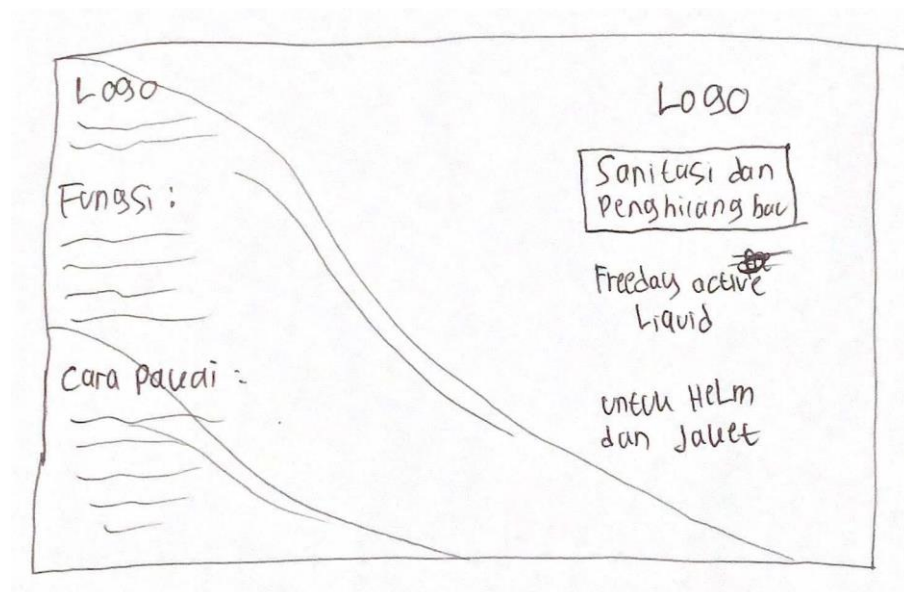
Pada label kemasan varian *Deep Jungle* juga dibuat berbentuk persegi panjang. Pada label ini memiliki warna dominan berwarna hijau dipadukan dengan warna hitam sebagai *brand*. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Dominan berwarna merah karena varian *Deep Jungle* menggambarkan alam atau hutan yang hijau menyejukan. Juga elemen grafisnya berupa seperti gelombang air dan percikan air yang menggambarkan produk itu tersendiri yang berbentuk air atau *spray*. Gambar helm juga ditambahkan yang mengartikan produk ini untuk digunakan pada helm, namun terdapat keterangan juga bahwa produk ini tidak

hanya untuk helm, bisa juga untuk sarung tangan, jaket, sarung tangan, maupun *apparel* lainnya.

Pada desain label varian ini juga terdapat *brand* dan lambang *Freeday Active Liquid* yaitu nama produk itu sendiri, juga terdapat *tagline* bahwa ini adalah produk sterilisasi bakteri dan jamur penghilang bau. Disisi lain juga ada teks yang sedikit menjelaskan penyebab bau pada helm yang disebabkan oleh bakteri, terdapat juga fungsi atau peran dari produk ini, selain itu terdapat juga penjelasan mengenai cara penggunaannya.

d) *Rocky Coffee*

1) *Layout Kasar*



Gambar 4.17 *Layout kasar label Rocky Coffee*

2) Layout Lengkap



Gambar 4.18 Layout lengkap label Rocky Coffee

3) Final Desain

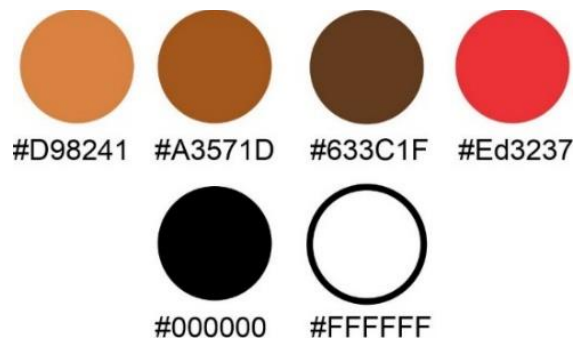


Gambar 4.19 Final desain label Rocky Coffee

4) Keterangan

- a) Bahan : Stiker Cromo
- b) Ukuran label : 11,5 cm x 8 cm
- c) Ukuran botol : 100 ml
- d) Font : *Akira Extended & Causten*

5) Warna



Gambar 4.20 Palet warna label Rocky Coffee

6) Deskripsi label *Rocky Coffee*

Pada label kemasan varian *Rocky Coffee* juga dibuat berbentuk persegi panjang. Pada label ini memiliki warna dominan berwarna coklat dipadukan dengan warna hitam sebagai *brand*. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Dominan berwarna coklat karena varian *Rocky Coffee* sendiri memiliki aroma kopi yang biasanya memiliki warna coklat. Juga elemen grafisnya berupa

seperti gelombang air dan percikan air yang menggambarkan produk itu tersendiri yang berbentuk air atau *spray*. Gambar helm juga ditambahkan yang mengartikan produk ini untuk digunakan pada helm, namun terdapat keterangan juga bahwa produk ini tidak hanya untuk helm, bisa juga untuk sarung tangan, jaket, sarung tangan, maupun *apparel* lainnya.

Pada desain label varian ini juga terdapat *brand* dan lambang *Freeday Active Liquid* yaitu nama produk itu sendiri, juga terdapat *tagline* bahwa ini adalah produk sterilisasi bakteri dan jamur penghilang bau. Disisi lain juga ada teks yang sedikit menjelaskan penyebab bau pada helm yang disebabkan oleh bakteri, terdapat juga fungsi atau peran dari produk ini, selain itu terdapat juga penjelasan mengenai cara penggunaannya.

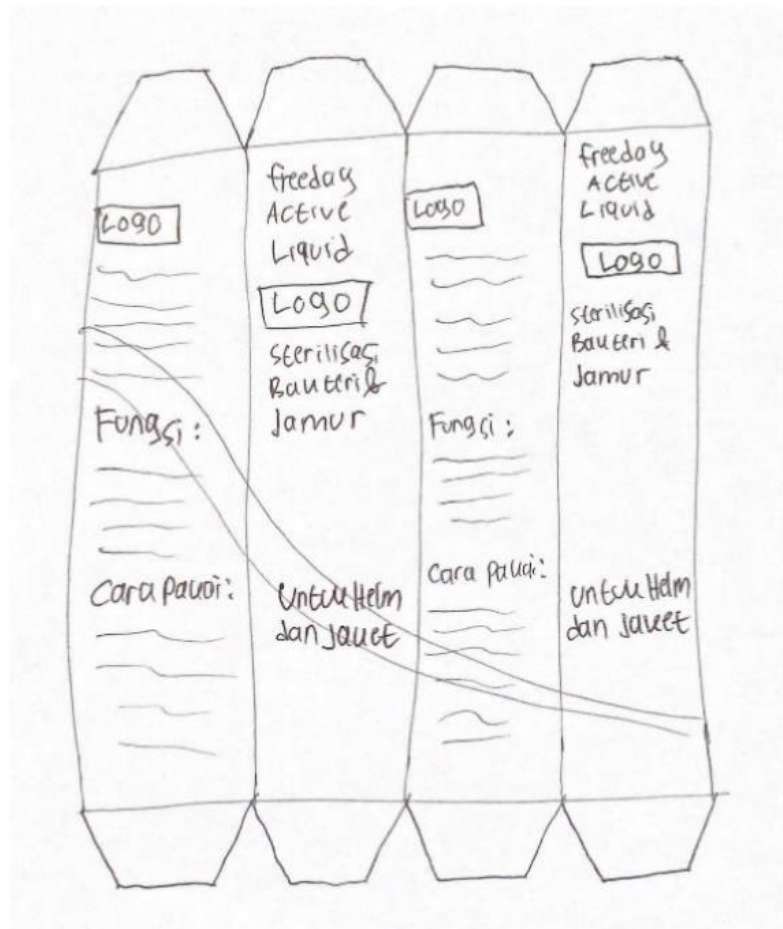
2. Kemasan *Box* / Kemasan Tambahan

Kemasan *box* / kemasan tambahan merupakan kemasan yang berfungsi untuk melindungi kemasan dasar yang berupa botol. Kemasan *box* ini juga sebagai pembeda dari produk serupa lainnya dari competitor yang biasanya hanya menggunakan kemasan botol saja.

Hanya dibuat satu desain kemasan *box* untuk empat varian aroma yang ada yang nantinya akan dibuatkan *stiker* dari masing-masing aroma yang

akan ditempelkan pada kemasan box tersebut. Berikut adalah tahapan perancangan desain *box* / kemasan tambahan.

a) *Layout Kasar*



Gambar 4.21 *Layout kasar kemasan box*

b) *Layout Lengkap*



Gambar 4.22 Layout lengkap kemasan box

c) *Final Desain*

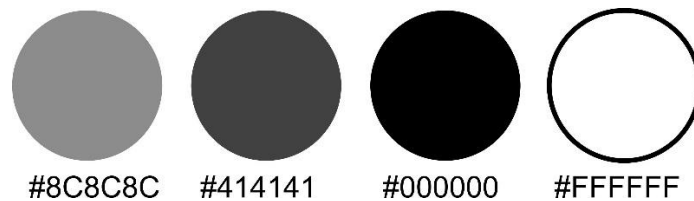


Gambar 4.23 Final desain kemasan box

d) Keterangan

- 1) Bahan : Ivory laminasi
- 2) Ukuran : 15,5 x 4,5 x 4,5 cm
- 3) Font : *Akira Extended & Causten*

e) Warna



Gambar 4.24 Palet warna kemasan box

f) Deskripsi kemasan box / tambahan

Pada desain kemasan *box* ini tidak banyak berbeda dengan desain label, perbedaan yang utama adalah penggunaan warna dan tata letak elemen grafis. Warna yang digunakan pada desain *box* ini lebih dominan abu-abu yang dipadukan dengan warna hitam. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Desain kemasan *box* ini juga tetap menggunakan elemen grafis berupa gelombang dan percikan air yang mengartikan bahwa isi produk ini

berbentuk cair dan juga terdapat gambar helm yang mengartikan produk ini digunakan untuk helm.

Terdapat juga teks yang menjelaskan bahwa selain untuk helm, produk ini bisa juga digunakan pada sarung tangan, jaket, maupun sepatu dan lain sebagainya. Terdapat *tagline* yang menegaskan bahwa produk ini adalah produk sterilisasi bakteri dan jamur sebagai penghilang bau. Selain itu terdapat juga teks yang menjelaskan mengenai fungsi atau peran dan cara penggunaan produk *Freeday Active Liquid*.

3. *Sticker* Varian Aroma

Terdapat empat *sticker* yang dibuat sesuai dengan jumlah varian aroma dari produk *Freeday Active Liquid*. *Stcker* ini nantinya kan ditempelkan pada kemasan box untuk menandakan masing-masing varian, karena pada desain box tidak terdapat keterangan varian. Berikut perancangan *sticker* varian aroma produk *Freeday Active Liquid*:

a) *Layout kasar*



Gambar 4.25 Layout kasar sticker varian aroma

b) *Final desain*



Gambar 4.26 Final desain sticker varian aroma

c) *Keterangan*

- 1) Ukuran : 2 x 1,5 cm
- 2) Font : Evogria

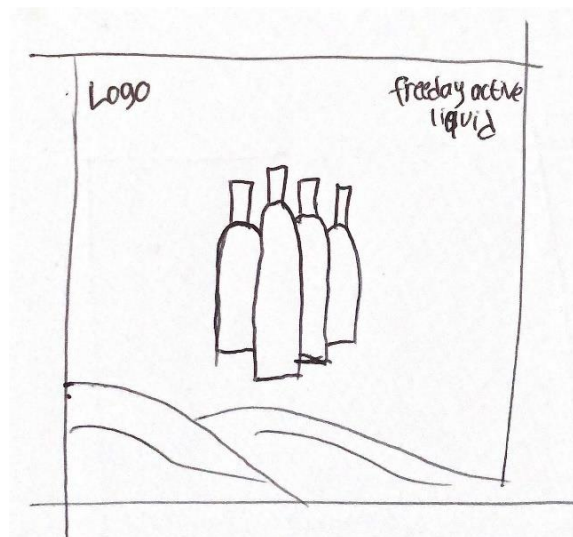
d) Deskripsi *sticker* varian aroma

Sticker varian aroma dibuat sederhana yang hanya bertuliskan nama tiap varian, yaitu *My Speeday*, *Ocean Breeze*, *Deep Jungle*, *Rocky Coffee*. Penggunaan warna pada *sticker* ini menyesuaikan dengan masing-masing varian aroma seperti pada desain label.

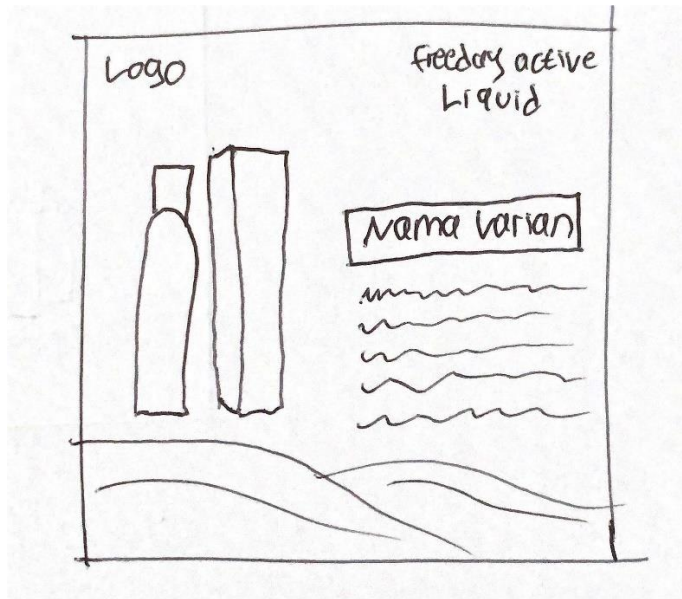
4. Poster / Media Promosi

Poster ini berperan sebagai media promosi produk *Freeday Active Liquid*. Poster ini berbentuk poster digital yang tidak *diprint out* sehingga hanya bisa *diupload* di media sosial ataupun beberapa *platform market place*. Berikut adalah tahapan dalam perancangan poster / media promosi.

a) *Layout Kasar*



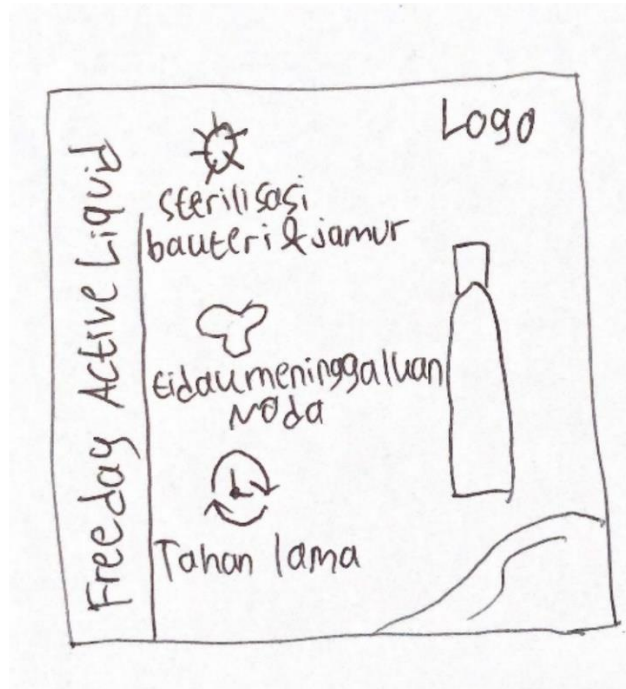
Gambar 4.27 *Layout kasar poster promosi*



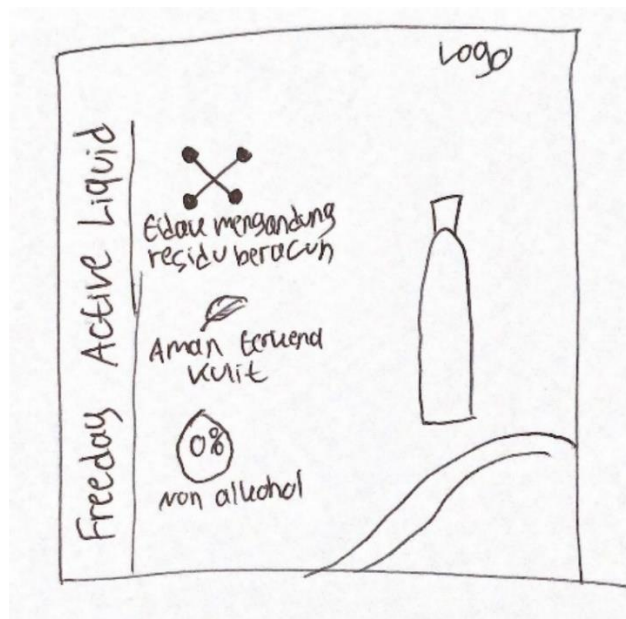
Gambar 4.28 Layout kasar poster varian aroma



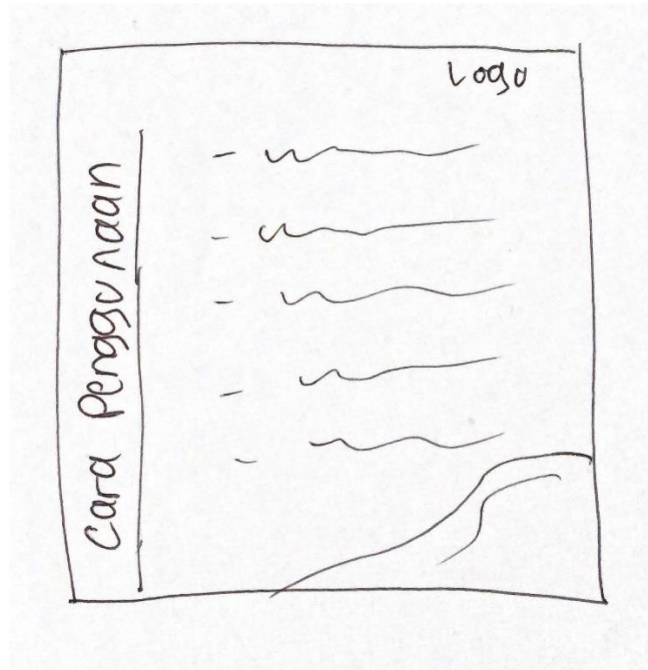
Gambar 4.29 Layout kasar poster promosi



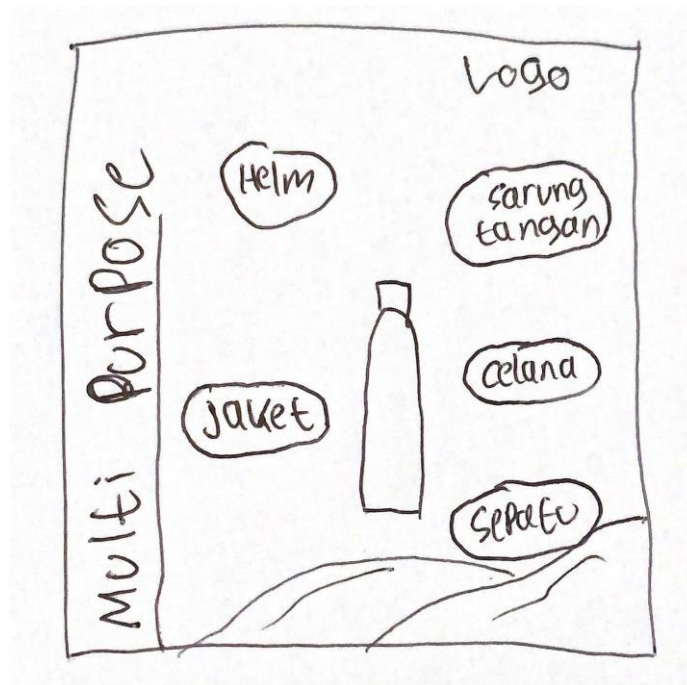
Gambar 4.30 Layout kasar poster keunggulan produk



Gambar 4.31 Layout kasar poster keunggulan produk



Gambar 4.32 Layout kasar poster cara penggunaan



Gambar 4.33 Layout kasar poster multipurpose

b) Final Desain



Gambar 4.34 Final desain poster promosi



Gambar 4.35 Final desain poster varian Ocean Breeze



Gambar 4.36 Final desain poster varian My Speeday



Gambar 4.37 Final desain poster varian Deep Jungle



Gambar 4.38 Final desain poster varian Rocky Coffee



Gambar 4.39 Final desain poster promosi



Gambar 4.40 Final desain poster keunggulan produk



Gambar 4.41 Final desain poster keunggulan produk



Gambar 4.42 Final desain poster cara penggunaan



Gambar 4.43 Final desain poster multipurpose

c) Keterangan

1) Ukuran : 1000 x 1000 px

2) Font : *Evogria & Argentum Sans*

d) Deskripsi poster / media promosi

Terdapat beberapa poster yang dibuat untuk media promosi. Poster dibuat dengan memperhatikan elemen-elemen desain yang terdapat pada desain label, yang bertujuan agar tetap seirama yang tentu sebagai *brand identity* juga.

Terdapat poster yang berisikan foto produk dari empat varian aroma produk *Freeday Active Liquid* yang terdapat teks yang menegaskan bahwa produk ini bukan sekedar pengharum melainkan juga untuk mensterilisasi bakteri dan jamur sumber bau. Juga terdapat beberapa poster yang menjelaskan masing-masing keunggulan dari tiap varian aroma, warna dominan juga berbeda-beda mengikuti tiap varian aroma. Selain itu terdapat juga poster yang berisikan informasi yang menegaskan bahwa focus produk ini untuk mensterilisasi bakteri dan jamur sebagai penyebab bau.

Terdapat juga poster yang berisikan informasi mengenai beberapa keunggulan dari produk ini, poster ini menggunakan warna abu-abu yang dipadukan dengan warna hitam. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan

asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Juga masih terdapat poster lainnya yaitu poster mengenai cara penggunaan produk ini sendiri dengan ditambahkan foto seseorang yang sedang memakai helm dan disemprotkan *spray* produk ini. Juga terdapat poster yang berisikan informasi bahwa produk ini *multipurpose* yang bisa diaplikasikan selain pada helm, yaitu jaket, sarung tangan, sepatu, maupun celana dan lain sebagainya. Poster ini juga menggunakan warna abu-abu dipadukan dengan warna hitam, lalu ditambahkan elemen grafis berupa foto produk ini sendiri dan ikon-ikon helm, jaket, sarung tangan, sepatu, dan celana. Poster-poster yang dibuat juga tetap menggunakan elemen grafis berupa gelombang dan percikan air, agar tetap seirama dengan desain label maupun desain kemasan *box*.

F. Analisis Desain Kemasan dan Media Promosi Produk Freeday Active Liquid

Keseluruhan hasil rancangan desain kemasan dan poster media promosi sebagai *brand identity* memiliki desain yang *simple*, *clean*, dan *elegant* dan menarik dari segi estetika serta dapat memberikan informasi yang efektif bagi

audience. Salah satu yang paling penting adalah desain label pada kemasan dasar atau botol. Label kemasan dibuat dengan menggunakan warna yang sesuai dengan masing-masing varian aroma dan dipadukan dengan warna hitam. Menurut psikologi warna, warna hitam terdapat banyak karakteristik dan asosiasi warna yang berbeda, beberapa makna yang terdapat dari warna hitam yaitu memiliki kesan yang gelap, formalitas, kecanggihan, misterius, elegan, dan mewah. Desain label dibuat agar terlihat *simple* dan *elegant*. Desain label tetap memperhatikan elemen-elemen grafis seperti logo dan lainnya, juga terdapat teks yang menjelaskan fungsi atau peran dari produk itu sendiri dan juga terdapat penjelasan mengenai cara penggunaannya.

Selain desain label, terdapat juga desain kemasan *box*, *sticker* varian aroma, dan poster yang semuanya tetap memperhatikan penggunaan warna agar tetap seirama. Beberapa *font* yang digunakan juga memiliki karakter yang tegas dan mudah untuk dibaca oleh *audience* sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan efektif. Beberapa elemen grafis ditambahkan seperti gambar sebuah helm, ikon-ikon atau symbol suatu barang, percikan air dan sebagainya agar desain lebih menarik. Teks-teks yang disematkan juga menggunakan kalimat yang padat namun tetap jelas yang dapat mudah dimengerti oleh *audience*. Perancangan desain kemasan dan media promosi pada produk *Freeday Active Liquid* pada dasarnya dilakukan untuk membantu proses pemasaran dikarenakan produk ini merupakan produk baru dari *brand Freeday Motoparts*,

sehingga desain kemasan dan poster media promosi dibuat semenarik mungkin dan dibuat berbeda dari produk kompetitor yang sejenis agar bisa menciptakan ciri khas tersendiri dan *brand awareness*.

G. Evaluasi Kepuasan Pelanggan

1) Godwintrailmotoshop

Godwin Trail Motoshop merupakan toko yang menjual berbagai variasi dan perlengkapan motor terutama variasi motor trail. Toko ini menjual *spray Freeday Active Liquid* dan ada juga produk lainnya dari *brand Freeday Motoparts*.

Godwin Trail Motoshop memilih produk *Freeday Active Liquid* karena memang sebelumnya sudah berlangganan pada produk-produk dari *brand Freeday Motoparts*. Sehingga saat *brand* ini mengeluarkan produk barunya yaitu *spray* steril bakteri dan jamur, toko ini tertarik untuk menjualnya dipasaran. Menurut toko ini juga, desain kemasannya menarik dan berbeda dari produk serupa dari *brand* lain. Pada segi penjualannya belum banyak terjual karena produk ini masih baru dan baru bersaing dipasaran.



4 Variasi Tersedia



Star Apparel Active Liquid Pewangi Helm Pembersih Cleaner Helem Sterilisasi Perawatan... 24% OFF

Rp25.000
Rp33.000

★★★★☆ 4 | 2 Terjual 👍 🔄 🗨️

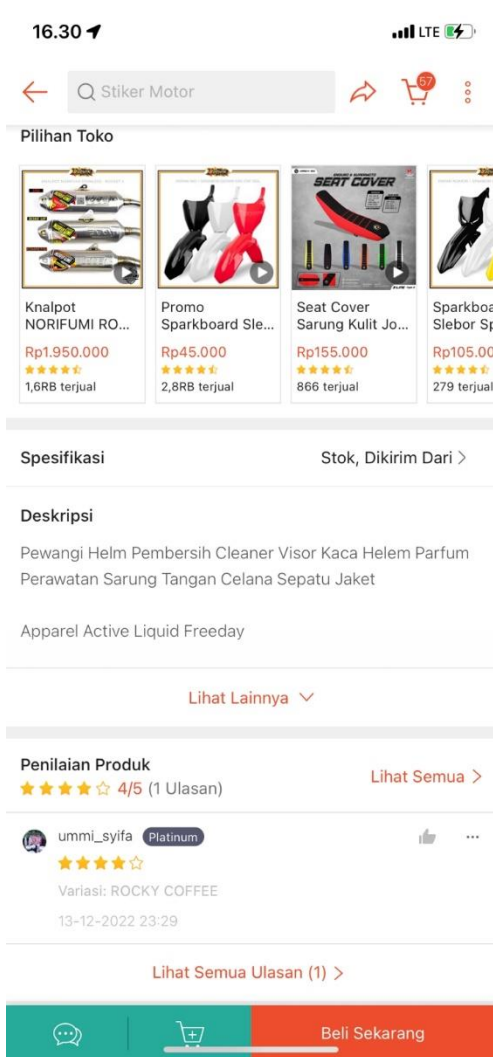
SPayLater New Dapatkan hingga Rp50.000.000 >

Gratis Ongkir >

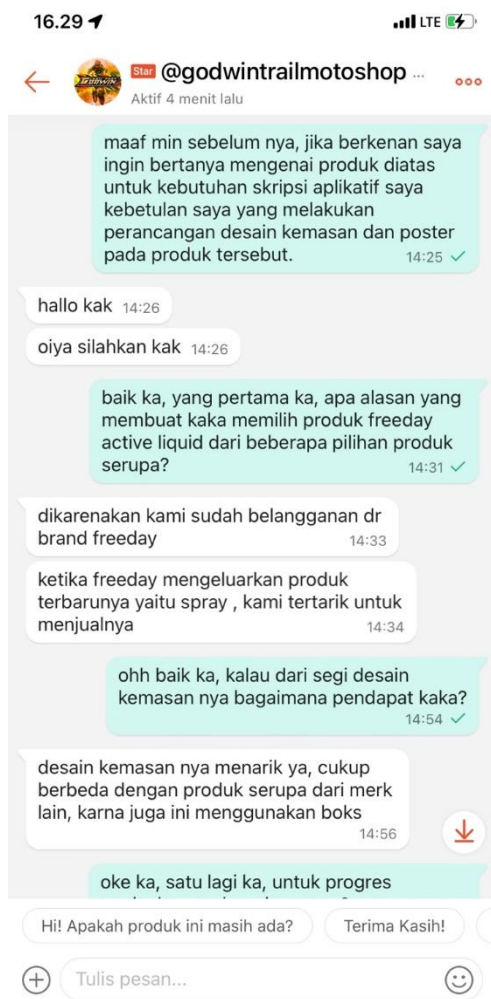
Ongkos Kirim: Rp0 - Rp14.000



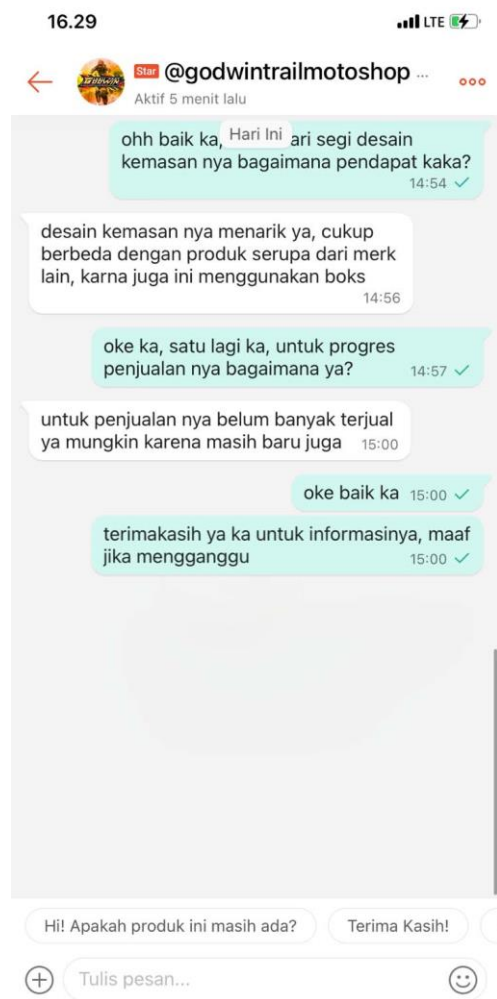
Gambar 4.44 Marketplace Godwinrailmotoshop



Gambar 4.45 Marketplace Godwinrailmotoshop



Gambar 4.46 Kolom chat Godwintrailmotoshop

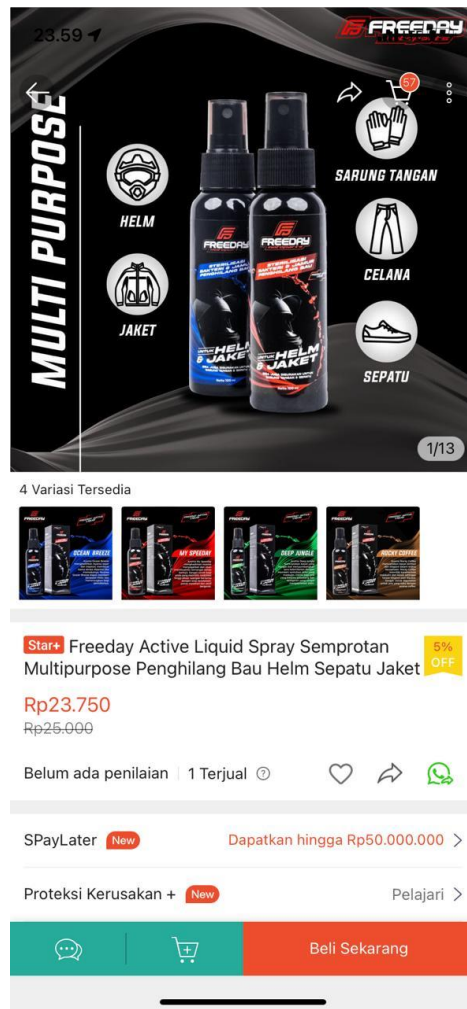


Gambar 4.47 Kolom chat Godwintrailmotoshop

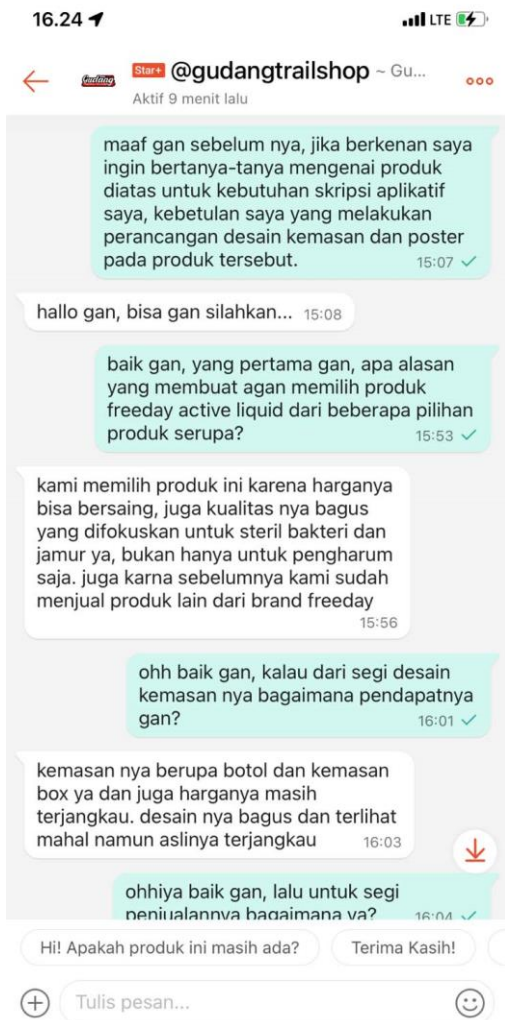
2) Gudangtrailshop

Gudangtrailshop ialah toko yang menjual barang-barang variasi untuk beberapa jenis motor seperti motor bebek, *matic*, maupun trail. Toko ini juga menjual *spray Freeday Active Liquid* dan beberapa produk lain dari *brand Freeday Motoparts*. Toko ini menjual produk

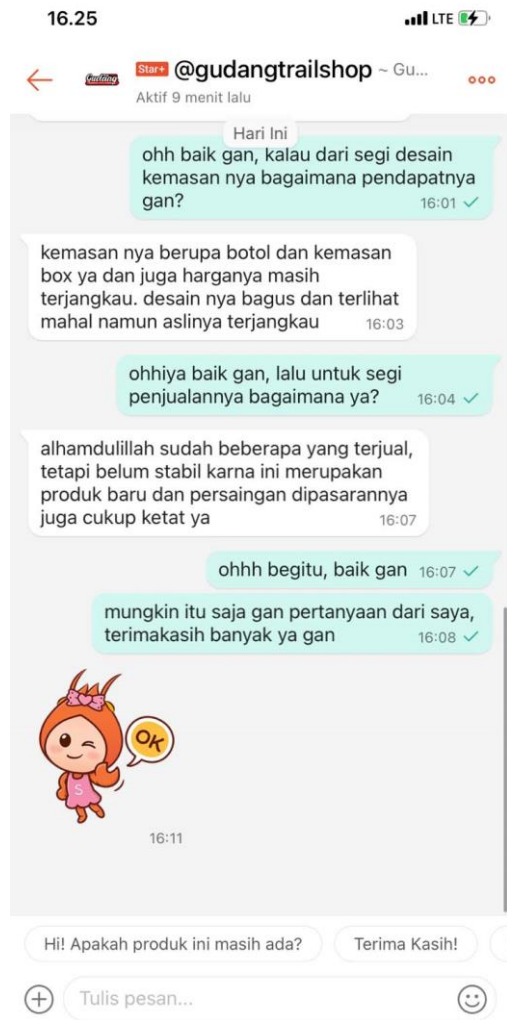
Freeday Active Liquid karena harga nya bisa bersaing dipasaran, dan memang sebelumnya sudah menjual produk lain dari *brand Freeday Motoparts*. Menurut toko ini, desain kemasannya juga bisa menjadi daya tarik tersendiri karena dikemas menggunakan botol dan boks namun harganya dan gaya desain yang mengesankan mewah namun harga masih terjangkau. Dari segi penjualan sudah beberapa terjual, namun belum stabil dikarenakan persaingan nya cukup ketat.



Gambar 4.48 Marketplace Gudangtrailshop



Gambar 4.49 Kolom chat Gudangtrailshop



Gambar 4.50 Kolom chat Gudangtrailshop

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* sebagai *brand Identity* yang telah dibuat, maka menghasilkan kesimpulan:

- a) Konsep perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* adalah *simple, elegant* dan *clean* sehingga menggunakan warna yang memberikan kesan elegant juga keseriusan, font yang tegas dan mudah terbaca, dan elemen grafis yang *simple* dan *clean*. Target *audience* dari perancangan ini adalah pria dan Wanita usia 19-64 tahun, dengan mobilitas tinggi di Indonesia terutama Yogyakarta dan juga kota yang padat akan penggunaan sepeda motor. Poster sebagai media promosi juga sarana penyampaian informasi melalui beberapa *marketplace*.
- b) Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti kertas dan pulpen. Selain itu juga menggunakan perangkat keras (*hardware*) yaitu komputer, juga perangkat lunak (*software*) yaitu CorelDraw dan Photoshop.
- c) Baik desain kemasan maupun poster media promosi bisa menjawab kebutuhan permasalahan dari produk *Freeday Active Liquid* yang merupakan produk baru. Seperti desain kemasan yang menarik dan sesuai

sebagai *brand identity* yang mencitrakan *brand Freeday Motoparts*. Lalu desain poster sebagai media promosi yang bisa menyampaikan informasi beserta keunggulan dan cara penggunaan produk *Freeday Active Liquid*. Produk ini dijual secara online di beberapa *platform market place* juga dijual secara *offline* oleh sales dari perusahaan yang nantinya menawarkan ke beberapa toko.

2. Saran

Terkait perancangan desain kemasan dan media promosi *Freeday Active Liquid* sebagai *brand identity*, maka perlu memperhatikan beberapa hal-hal berikut:

- a) Bagi mahasiswa ilmu komunikasi dan multimedia, skripsi aplikatif hendaknya dijadikan sarana untuk belajar merancang sebuah media yang kreatif dan kemudian divisualkan dengan konsep yang telah dirancang dan sesuai dengan kaidah dan teori penerapannya, sehingga menjadi sebuah karya yang memiliki kualitas sebagai acuan pembelajaran akademik. Untuk perancangan selanjutnya bisa berupa brosur dan *point of purchase*. Brosur berguna sebagai media penyampai informasi mengenai produk secara *offline*. *Point of purchase* sebagai media untuk memajang atau *display* produk ditoko.
- b) Bagi *brand Freeday Motoparts* diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi baik secara offline maupun online dan lain sebagainya agar

usaha promosi menjadi lebih maksimal sehingga bisa menarik perhatian *audience* dan dapat bersaing dipasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa.
- Bowinindonesia. (n.d.). Retrieved from Shopee: <https://tinyurl.com/mr46853z>
- Dailystore_sby. (n.d.). Retrieved from Shopee: shorturl.at/eN015
- Godrejindonesia. (n.d.). Retrieved from Shopee: <https://rb.gy/xb4s1n>
- (n.d.). <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>.
- (n.d.). <https://www.tokopedia.com/crystalclean/parfum-penghilang-bau-helm-spray-anti-bakteri-kuman> .
- (n.d.). <https://www.tokopedia.com/houseofcareofficial/spray-pengharum-penghilang-bau-helm-jaket-sepatu-spray-anti-bakteri-strawberry>.
- Maria, F. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Deain Virtual*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Seroxil. (n.d.). Retrieved from Shopee: <https://tinyurl.com/2xxbvfjs>
- Sihombing, D. (2002). In *Tipografi Dalam Desain Grafis* (p. 56). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, D. (2002). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjadi Tjipto, R. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Sleman: Budi Utama.
- Ways_id. (n.d.). Retrieved from Shopee: <https://bit.ly/3ErSHf1>
- Ways_official. (n.d.). Retrieved from Shopee: <https://rb.gy/bnkaa7>
- Witari, S., Nyoman, N., Widiana, & Nyoman, I. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.