

Perancangan Kemasan (*Packaging*) Produk Topi Di Perusahaan *Geoffmax*

Packaging Design Of Hats Products In Geoffmax Company

Senjaya Asri Nur¹, Fajar Sadika², Alvian Fajar Setiawan³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

senjayaasrinur@telkomuniversity.ac.id¹, fajarsadika@telkomuniversity.ac.id²,
alvianfajarsetiawan@telkkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Geoffmax merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk footwear, apparel, dan accessories, perusahaan *geoffmax* telah memiliki target pemasaran produk tersendiri pada kalangan anak-anak muda. Saat ini perusahaan *geoffmax* membutuhkan packaging ataupun kemasan yang dapat digunakan dalam membungkus produk topi yang diproduksi. Perusahaan *geoffmax* membutuhkan kemasan (*packaging*) produk topi dikarenakan produk topi biasa mengalami perubahan bentuk topi dan beberapa kerusakan pada topi disaat telah sampai kepada konsumen, hal ini dapat mengurangi penjualan produk topi pada perusahaan. Dalam kasus seperti ini peneliti melakukan suatu perancangan kemasan (*packaging*) produk topi yang sederhana yaitu praktis, mudah dibawah, dapat digunakan kembali, melindungi topi dari guncangan dan gesekan terhadap dengan benda lain secara berlebihan. Dalam perancangan kemasan (*packaging*) produk topi menggunakan teori tentang kemasan, kriteria bentuk kemasan, faktor desain kemasan, warna, dan gambar. Serta penggunaan teknik *scamper*, dan struktur kemasan dalam melakukan perancangan kemasan (*packaging*), agar perancangan kemasan (*packaging*) produk topi perusahaan *geoffmax* dapat berjalan secara maksimal.

Kata Kunci: *Geoffmax*, Kemasan Topi, *Scamper*, Teori Kemasan dan Struktur Kemasan.

Abstract

Geoffmax is a company engaged in the sale of footwear, apparel, and accessories products, the company *geoffmax* has its own product marketing target among young people. Currently, the company *geoffmax* requires packaging or packaging that can be used to wrap the hat products that are produced. Companies *Geoffmax* need packaging (*packaging*) cap product due to product unusual hat hat shape changes and some damage to the cap while has been up to the consumer, this can reduce the cap on the company's product sales. In cases like this, the researchers carried out a carry packaging design simple for hat products, namely practical, easy to, reusable, protecting the hat from shocks and excessive friction with other objects. In designing the packaging of cap products, the theory of packaging is used, the criteria for packaging form, packaging design factors, colors, and images. As well as the use of techniques *scamper*, and the packing structure in doing the design of the packaging (*packaging*), so that the design of the packaging (*packaging*) products cap companies *geoffmax* can run optimally.

Keywords: *Geoffmax*, Cap Packaging, *Scamper*, Packaging Theory and Packaging Struktur.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Geoffmax merupakan salah satu perusahaan, bergerak pada bidang penjualan produk footwear, apparel, and accessories, perusahaan ini telah memiliki pemasaran tersendiri pada kalangan anak-anak muda. Saat ini perusahaan *geoffmax* membutuhkan *packaging* ataupun kemasan yang akan digunakan dalam membungkus produk topi yang akan dipasarkan. Permintaan kemasan (*packaging*) topi

dikarenakan perusahaan sebelumnya hanya menggunakan plastik yang dijadikan sebagai kemasan (*packaging*) untuk produk topinya, penggunaan plastik sebagai kemasan (*packaging*) pada produk topi, menimbulkan perubahan bentuk dan kerusakan topi disaat telah sampai kepada konsumen, dari hal-hal seperti ini dapat mengurangi kualitas produk topi dari perusahaan, serta konsumen yang kurang puas terhadap produk topi yang mereka beli. Maka dalam hal ini, peneliti akan berfokus pada perancang

kemasan (*packaging*) topi untuk perusahaan *geoffmax* yang praktis dalam sistem penggunaan. Dengan melibatkan beberapa faktor dan fungsi desain kemasan, serta penggunaan material kertas *E flute* dan plastik *mika* untuk kemasan (*packaging*) yang telah ditentukan oleh perusahaan dapat berjalan secara

efektif. Perancangan kemasan (*packaging*) topi dilakukan untuk mengantisipasi terjadinya perubahan bentuk dan kerusakan pada topi disaat telah sampai kepada konsumen, serta dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk topi yang dipasarkan oleh perusahaan *geoffmax*.

1.2 Metode Penelitian

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam merancang kemasan (*packaging*) produk topi perusahaan *geoffmax* yaitu menggunakan metode kualitatif. Penggunaan metode kualitatif dalam mengkaji suatu permasalahan yang sedang terjadi pada perusahaan *geoffmax*. Dalam tahapan penelitian ini, peneliti berfokus dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara dalam melakukan pencarian data-data yang dibutuhkan, sehingga peneliti dapat mengumpulkan semua informasi yang akurat dalam pencarian data.

B. Teknik Pengumpulan data

Dalam melakukan mengumpulkan suatu data untuk proses perancangan kemasan (*packaging*) produk topi dari perusahaan *geoffmax* dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Proses atau tahapan ini dilakukan secara langsung perusahaan *geoffmax* yang membutuhkan kemasan (*packaging*) untuk produk topi yang perusahaan produksi.

1. Observasi

Tahap observasi ini merupakan tahapan yang mana peneliti melakukan observasi secara langsung melihat dan mengamati kondisi yang pasti/riil lokasi perusahaan *geoffmax*, sehingga didapatkan data lapangan yang sesuai dengan permasalahan yang sedang terjadi agar dapat menunjang dalam menemukan data yang secara tepat.:

2. Wawancara

Tahapa ini dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada Egy Nana Syutrisna sebagai *Leader Development* perusahaan *geoffmax* yang menghandel bagian produksian produk. Selama perbincangan wawancara berlangsung, didapatkan informasi tentang kemasan

seperti apa yang dibutuhkan untuk membungkus produk topi di perusahaan, dari beberapa pernyataan yang dia jelaskan yaitu:

C. Pendekatan Perancangan

SCAMPER dianggap sebagai sesuatu yang menginspirasi desain. SCAMPER dicetuskan oleh Alex Osborn dan dikembangkan hingga menjadi sebuah singkatan oleh Bob Eberle yang menyatakan bahwa ide-ide baru dapat dibuat dengan memodifikasi sesuatu yang telah ada (Michalko, 2001). Didunia fashion, pada tahun 1964 Rudi Gernreich membuat monokini yang dibuat berdasarkan pakaian kimono yang dibuat menjadi setelan renang tanpa lengan yang dimodifikasi. Teknik SCAMPER dapat digunakan untuk mengubah sebuah produk menjadi produk yang lebih inovatif. Struktur kemasan, (kegunaan dan Keamanan).

D. Teknik Analisis Data

Menganalisis data merupakan langkah kritis, analisis suatu data merupakan sebuah proses memeriksa, membersihkan, mengubah, serta membuat permodelan data dalam menemukan informasi yang lebih bermanfaat. Sehingga memberi langkah yang tepat untuk mengambil suatu keputusan. Dari data observasi dan wawancara akan dikaji dengan studi literatur yang diperoleh dari kajian pustaka dan publikasi untuk mencari teori tentang kemasan (*packaging*) dan faktor visual dalam kemasan. Maka dari itu, hasil pengumpulan data dari sebuah kajian pustaka/studi literatur, observasi, dan wawancara yang selanjutnya akan dianalisis. Hasil dari analisis akan menjadi suatu dasar untuk membuat suatu model rancangan kemasan (*packaging*) produk topi perusahaan *geoffmax*.

2. Dasar Teori

2.1 Kemasan (*Packaging*)

Kemasan atau *Packaging* merupakan bagian paling luar untuk membungkus produk yang bertujuan dalam menjaga produk dari guncangan, cuaca, benturan dengan benda lain, serta kemasan dapat digunakan salah satu media promosi untuk memikat konsumen. Menurut Swasta, Basu (1999) dalam Th Susetyarsi (2012), jurnal Kemasan Produk Di Tinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan, Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. Kemasan (*packaging*), merupakan suatu kegiatan yang bersifat umum, dan juga perencanaan barang, melibatkan penentuan bentuk ataupun desain, pembuatan bungkus ataupun kemasan barang. Sedangkan Kotler (2003), pengemasan atau membungkus, merupakan salah satu kegiatan dalam merancang, membuat wadah ataupun bungkus sebagai salah satu produk.

Pengemasan adalah suatu cara yang dipergunakan dalam membungkus, pelindung, mengirim, mengeluarkan, identifikasi, pembeda, serta menyimpan suatu produk dipasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33) dalam Sudjana (2020), jurnal Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan: Efektivitas Pelindungan Desain Industri Atau Merek), kemasan yaitu sebagai pelindung mutu barang, juga berfungsi sebagai suatu strategi penjualan marketing. (Rangkuti, 2010: 132) dengan melakukan desain atau merancang, sehingga produk dapat terjaga, Kotler dan Armstrong (2012), Kotler dan Keller (2009: 27).

A. Pembungkus pada salah satu produk atau barang bukan hanya menjadi pembungkus, akan tetapi ada dua kegunaan/fungsi, Simamora (2017), dalam Sudjana (2020) yaitu:

1. Pelindung yaitu kemasan berfungsi untuk melindungi barang agar tidak mengalami yang namanya kerusakan.
2. Promosional yaitu kemasan pada umumnya dibatasi oleh perlindungan produk, akan tetapi kemasan juga dapat digunakan sebagai suatu sarana promosi. Menyangkut dengan promosi atau periklanan perusahaan dalam memper-timbangkan referensi konsumen

menyangkut dengan warna, ukuran serta dengan penampilan.

B. Fungsi kemasan atau pembungkus (Simamora, 2017), dalam Sudjana (2020) adalah:

1. Menjaga mutu barang agar tidak mengalami kerusakan
2. Meningkatkan kualitas barang atau produk.
3. Kombinasi (menjaga serta meningkatkan mutu produk).
4. Pemasaran (untuk menarik dan meningkatkan daya minat suatu konsumen), serta penyaluran.

C. Tujuan dari pengemasan serta penggunaan label, (Luw dan Kimber, 2007), dalam Sudjana (2020) adalah:

1. Produksi Fisik
Pelindung dari tekanan, gesekan dan lain-lain sebagainya, melindungi keamanan barang agar terjaga dari debu, cuaca serta lain-lain sebagainya.
2. Agglomerasi
Pengelompokan suatu produk yang kecil didalam paket, sehingga dapat lebih efisien.
3. Transmisi informasi
Informasi tentang cara menggunakan transportasi, daur ulang atau membuang paket produk yang sering atau biasa terdapat pada suatu kemasan ataupun juga label.
4. Kenyamanan
Meningkatkan kenyamanan dalam menyalurkan produk, penjualan, penampilan, pembukaan, penutupan, menggunakan, serta dapat digunakan kembali.
5. Pemasaran
Kemasan serta label, dapat dipergunakan pemasar, dalam mendorong konsumen ataupun pembeli, dalam membeli produk yang dipasarkan ataupun yang ditawarkan.

D. Penampilan suatu kemasan berkaitan dengan salah satu daya tarik visual (estetika), ataupun dengan suatu daya tarik fungsional (paragamatis). Mudra (2010), dalam Sudjana (2020) adalah:

1. Visual (Estetika) keindahan
Kemasan mencakup suatu aspek grafis, memiliki suatu daya tarik dengan secara visual dalam menghasilkan kemasan yang estetika hingga berdampak pada keinginan oleh konsumen dalam memberikan kesan yang positif dalam pandangan psikologis nya, konsumen ingin membelinya walau pun dengan harga yang agak lebih mahal. Dikarenakan pada umumnya suatu desain kemasan mempunyai fitur yang tidak berbeda.
2. Fungsional (Paragmatis) praktis
Dalam hal seperti ini juga sangat berkaitan terhadap efektivitas juga efisiensi kemasan, agar memiliki fungsi yang praktis, seperti: melindungi produk, lebih mudah dibawa, mudah dalam penyimpanan, atau dapat di pergunakan serta kemasan yang dapat di isi kembali.

Dari penjelasan tentang kemasan (*packaging*) diatas memberikan pengetahuan pada peneliti tentang fungsi utama dari kemasan, adanya pengertian tentang kemasan peneliti dapat menjadikannya sebagai acuan untuk melakukan perancangan kemasan (*packaging*) produk topi pada perusahaan *geoffmax* yang bergerak dibidang penejualan produk *footwear*, *apparel*, dan *accecories*.

2.2 Kerton Box (*Corrugated Paper*)

Corrugated Paper atau kertas gelombang pertama kali ditemukan pada abad ke 19. Kemudian berkembang serta digunakan sebagai alat pembungkus dikarenakan mempunyai sifat bantalan yang bisa melindungi isi dari benturan terluar. karton box ataupun kardus yang mudah diketahui yaitu dari jenis kemasan yang banyak digunakan pada kemasan yang berat, ringan, dan besar. Ciri kardus/karton box yaitu memiliki tiga layer yang disebut sebagai fluting. Fluting bagian terluar, fluting tengah, dan fluting terdalam.

1. *Single Wall* (3 lapis kertas)/3 play

Single Wall memiliki tiga bagian kertas dan biasanya digunakan dalam mem *packing* barang seperti mainan, elektronik, makanan, minuman, ataupun sebagai pembatas/layer, dan lain-lain. Dikarenakan bahannya yang tipis umumnya dipergunakan dalam pengiriman tidak terlalu jauh (lokal). Ketebalan dibagi menjadi tiga; bahan E/F (2mm), B/F (3mm), dan C/F (5mm).

2. *Double Wall* (lima lapis kertas)/5play

Bahan seperti ini memiliki susunan tujuh lapis yaitu: 4 lapisan datar yang diselingi dengan lapisan bergelombang dengan satu lapisan gelombang pada bagian tengah, memiliki ketebalan yang paling tebal diantara jenis yang lain. Biasanya digunakan untuk mem *packing* barang mainan, elektronik, makanan, minuman, pakaian, dan lainnya. Biasanya digunakan dalam pengiriman barang lokal dan luar negeri.

3. *Triple Wall* (Tujuh lapis)/7 play

Jenis *triple Wall* memiliki sepuluh lapisan yang terdiri dari bagian lapisan datar serta bergelombang memiliki ketebalan total 10mm. Jenis bahan ini paling kuat diantara bahan yang lainnya, serta digunakan untuk mengemas barang yang sangat berat berkisar antara kurang lebih 40 kg sampai 100 kg, sehingga banyak dipakai sebagai kemasan untuk mengirim barang antar pulau dan barang ekspor yang dikirim dari negara luar.

Selain terhitung dengan jumlah lapisan, *Corrugated papper* dilihat dari ketebalan atau gelombang kertas yang dipakai yang disebut sebagai istilah *flute*. *Flute* disuatu kardus memiliki beberapa jenis yaitu seperti A *flute*, B *flute*, C *flute*, E *flute*, F *flute*, dan G *flute*. Tergantung dariketebalannya masing-masing, semakin tebal *flute* maka semakin kuat pula menahan beban oleh kardu

2.3 Warna

Menurut Klimchuk dan krasovec (2007:107), adalah suatu elemen grafis, yang sangat berpengaruh dari produk kemasan. Di karenakan saat konsumen mengamati

kemasan mereka cenderung berfokus terhadap warna kemasan lebih dahulu, sebelum mengamati suatu unsur visual produk kemasan yang lain. Didalam merancang suatu produk kemasan (*packaging*), pemelihan warnalah yang terpenting, dikarenakan dapat memberikan suatu respon tertentu kepada konsumennya. Berikut ialah arti dan makna masing-masing warna (Klimchuk dan Krasovec, 2007:108:112), dalam Ariesta Sekarlaranti, Shellyana Junaedi (2013).

1. Merah
Melambangkan tentang cinta, api, nafsu, agresi, sifat impulsive. Mendebarkan, berani, kecanggihan, kuat, kesetiaan, keontetikan, keseriusan dan efektifitas.
2. Oranye
Melambangkan tentang energy, suka cita, antusiasme, petualangan, ceria dan kepuasan.
3. Kuning
Melambangkan sebuah kehidupan, kehangatan, idealisme, energy dan sportif.
4. Hijau
Menggambarkan sebuah warna yang membumi, damai, hidup, muda, segar, organic, kesuburan, lingkungan, kemakmuran dan keberuntungan.
5. Biru
Menggambarkan otoritas, harga diri, kesetiaan, kebijaksanaan, kebenaran, konservatif, keyakinan, kekuatan, kepercayaan, stbilitas, dan keamanan.
6. Ungu
Menggambarkan kepuasan, kebangsawanan, kemakmuran, kebijaksanaan, kemewahan, sensual, spiritual, misteri, nafsu dan keberanian.
7. Coklat
Menggambarkan membumi, dapat dipercaya, nyaman, dan daya tahan.
8. Hitam
Melambangkan tentang keandalan, kekuatan, kebijaksanaan, keberanian, kewaspadaan, keseriusan, kekayaan, elegan, kesempurnaan, serta kemewahan.

2.4 Gambar

Klimchuk dan Krasovec (2007:119), dalam Ariesta Sekarlaranti, Shellyana Junaedi (2013). Mengungkapkan bahwa dalam penggunaan gambar didalam suatu kemasan dapat menarik perhatian seorang konsumen, dikarenakan pada dasar nya konsumen terlebih dahulu mengamati atau memperhatikan gambar sebelum membaca teks pada kemasan. Gambar juga dibedakan kedalam dua pengelompokan, seperti fotografi, serta ilustrasi. Didalam melakukan suatu desain kemasan, harus lebih teliti didalam memilih juga mengolah suatu gambar yang ditampilkan kedalam suatu produk kemasan, dikarenakan kesan yang ditimbulkan jika menggunakan fotografi, akan lebih berbeda apabila menggunakan ilustrasi. Penggunaan suatu gambar juga harus dapat disesuaikan dengan barang yang akan dikemas, dikarenakan memilih suatu gambar yang tepat atau pasti dapat sangat membantu pemasaran, agar pesan yang telah disampaikan melalui gambar dapat diterima dengan baik dan jelas oleh konsumen.

3. kajian Aspek Desain

3.1 Tabel Parameter Aspek Desain

Tabel 3.1. Kebutuhan Kemasan (packaging) produk topi

No..	Massalah Penelitian	Aspek desain
1.	Belum adanya kemasn khusus yang dapat melindungi produk topi diperusahaan <i>geoffmax</i> . Produk topi biasa mengalami perubahan bentuk dan kerusakan topi disaat telah sampai kepada konsumen.	Struktur Kemasn

2.	Sebelumnya perusahaan <i>geoffmax</i> hanya menggunakan plastic bening/transparan dalam membungkus produk topi yang mereka pasarkan serta pendistribusian kepada konsumen.	Material
3.	Tidak adanya penanda pada plastik kemasan yang digunakan disaat membungkus produk topi perusahaan <i>geoffmax</i>	Aspek Estetika

3.2 Analisa Ukuran Topi

Tabel 3.2 Ukuran Dimensi Topi snapback³

Lebar Topi	Panjang Topi	Tinggi Topi	Diameter Lingkaran topi
19.3 cm	17.2 cm	11 cm	19.3cm

3.3 Analisa Ukuran Material (*Corrugated Papper*) *E flute*

Table 3.3 Ukuran *Corrugated Papper E flute* dan kemasan produk topi dalam menghasilkan kemasan pada lembaran (*Corrugated Papper*) *E flute*.

Ukuran lembaran (<i>Corrugated Papper</i>) <i>E flute</i>	Ukuran lembaran Kemasan produk topi	Kemasan yang dihasilkan dalam satu lemabar (<i>Corrugated Papper</i>) <i>E flute</i>
244cm X 122cm	(P) 61.05cm X (L) 45.05cm	10 lembar kemasan <i>packaging</i> yang dihasilkan di lembaran <i>Corrugated Eflute</i>

3.4 Scamper

a. *Substitute*

Material kemasan (*packaging*) yang digunakan oleh perusahaan *geoffmax* adalah bahan kardus,

sesuai dari permintaan perusahaan, dalam penelitian perancangan kemasan (*packaging*) produk topi dengan menggunakan bahan dasar *E flute* dan *plastic mika* untuk diaplikasikan kedalam perancangan kemasan (*packaging*).

b. *Combine*

Mengkombinasikan beberapa gambar/*grafis* pada kemasan produk yang lain diperusahaan *geoffmax*, untuk diaplikasikan kedalam perancangan kemasan (*packaging*) produk topi diperusahaan *geoffmax*.

c. *Adapt*

Kemasan (*packaging*) produk topi yang dirancang tetap mengadaptasi fungsi utama yaitu dapat membungkus produk topi, melindungi dari gesekan dengan benda lain, melindungi dari guncangan yang berlebihan, dan melindungi topi dari cuaca.

d. *Modify*

Memodifikasi bentuk kemasan (*packaging*) produk topi yang hanya menggunakan *plastic*, menjadi lebih minimalis, sederhana, praktis, dan menambahkan fungsi pada bagian kemasan untuk mengecek produk topi dari luar tanpa harus membuka tutup kemasan (*packaging*) produk topi perusahaan *geoffmax*.

e. *Put to Another Use*

Pemilihan dan penggunaan warna hitam digunakan pada bagian paling terluar kemasan agar kemasan tidak terlihat mencolok dan memberikan kesan yang lebih kuat dan tahan, penggunaan warna kuning diaplikasikan pada bagian dalam kemasan (*packaging*) agar produk topi dapat terlihat lebih jelas tanpa harus membuka dan mengeluarkan produk topi, dan pemilihan warna putih untuk digunakan sebagai *font text* pada kemasan agar informasi yang ada pada kemasan produk topi dapat terlihat lebih jelas dan mudah untuk dibaca.

f. *Eliminate*

Mengganti material utama kemasan (*packaging*) dengan bahan *E flute* yang sebelumnya hanya menggunakan bahan *plastic* dan seringkali mengalami perubahan bentuk dan kerusakan disaat produk telah sampai kepada konsumen, penggunaan material *E flute* untuk mengantisipasi perubahan bentuk dan juga kerusakan produk topi.

g. *Rearrange/Reverse*

Menambahkan fungsi dari logo perusahaan *geoffmax* dengan cara melubangi kemasan dengan mengikuti pola dari logo dan menutupnya dengan menggunakan bahan *plastic mika* sebagai kegunaan pengecekan produk topi dari luar.

 <p>Plastik mika</p>	<p>Material ini juga dapat digunakan sebagai kemasan, material ini memiliki sifat tembus pandang. Bahan ini digunakan pada bagian luar atas kemasan untuk mempermudah dalam pengecekan produk topi tanpa harus membuka kemasan.</p>
--	---

3.5 Struktur Kemasan

Tabel 3.4. Penggunaan Aspek Fungsi Ergonomi

<p>a. Kemasan produk topi mudah dibawah b. Kemasan yang mudah dipegang c. Kemasan mudah dibuka d. Serta kemasan yang mudah diambil/dijangkau</p>	<p>1. Kegunaan (<i>Utility</i>)</p>
<p>a. Kemasan yang dapat melindungi topi dari gesekan dengan benda lain b. Kemasan yang melindungi produk topi dari guncangan c. Juga kemasan yang melindungi topi dari cuaca berlebihan</p>	<p>2. Kemanan (<i>Safety</i>)</p>

Pemilihan dan penggunaan material ini sesuai dari permintaan perusahaan *geoffmax* yang meminta tentang penggunaan material *E flute* dan plastik mika untuk diaplikasikan kedalam perancangan kemasan (*packaging*) khusus untuk produk topi perusahaan *geoffmax* yang diproduksi dikarenakan materialnya yang cukup mudah ditemukan.

3.6 Aspek Material

Tabel 3.5 Penggunaan Material Kemasan (*packaging*) produk topi

Material	Keterangan
 <p>Kertas E flute</p>	<p>Material ini terbuat dari bahan karton yang memiliki 1 gelombang pada lapisan tengah dengan ketebalan 1.0 mm, untuk memberikan daya tahan yang lebih baik, penggunaan bahan atau material ini dipergunakan pada lapisan utama kemasan produk topi.</p>

3.7 Aspek Estetika

Tabel 3.6 Penggunaan Warna Kemasan (*packaging*) produk topi

<p>Warna</p> 	<p>Penggunaan warna pada perancangan kemasan (<i>packaging</i>) yaitu warna gelap, dan warna cerah seperti diantaranya penggunaan warna hitam, digunakan pada bagian paling terluar kemasan agar terlihat lebih elegan, penggunaan warna cerah seperti warna kuning digunakan pada bagian dalam kemasan agar produk dapat terlihat lebih jelas dan terkesan sportif, warna putih digunakan untuk tulisan/<i>fond</i> pada kemasan agar informasi produk mudah dibaca dengan jelas dan efektif oleh konsumen.</p>
---	--

Tabel 3.7 Penggunaan Bentuk Kemasan (packaging) produk topi

Bentuk kemasan (packaging)	Bentuk kemasan (<i>packaging</i>) produk topi <i>geoffmax</i> akan dirancang dengan bentuk minimalis, sederhana, teratur, dan seimbang agar dapat memberikan kesan yang terbilang lebih kuat, simpel, dan praktis dalam penggunaan untuk menyimpan produk topi dalam pendistribusian.
-----------------------------------	---

	kemasan (<i>packaging</i>). Link penjualan produk perusahaan <i>geoffmax</i> pada bagian samping kiri kemasan, serta informasi produk topi, dan juga barcode diletakkan pada bagian belakang kemasan (<i>packaging</i>) produk topi.
--	--

Tabel 3.8 Penggunaan logo Kemasan (packaging) produk topi

Logo	
	Penggunaan Logo perusahaan pada perancangan kemasan produk topi yaitu logo perusahaan <i>geoffmax</i> yang sudah ada, yang menjadi suatu ciri identitas dan sebagai salah satu cara untuk membedakan kemasan dari <i>brand</i> perusahaan topi yang lain.

Tabel 3.9 Tataletak(layout) Kemasan (packaging) produk topi

Tata letak (layout)	<p>a. Logo Pada perancangan kemasan produk topi ini, logo akan ditampilkan pada bagian atas kemasan untuk dijadikan sebagai suatu identitas perusahaan, dan</p> <p>b. Identitas Identitas yang akan ditampilkan adalah nama perusahaan, yang diletakkan pada bagian depan</p>
----------------------------	---

3.8 Hipotesa desain

Permasalahan dari perusahaan *geoffmax* terhadap produk topi yang biasa mengalami terjadinya perubahan bentuk dan kerusakan topi, dikarenakan perusahaan belum mempunyai kemasan (*packaging*) yang khusus untuk membungkus produk topinya, dan selama ini pengemasan produk topi hanya menggunakan plastik untuk membungkus produk topi yang mereka pasarkan kekonsumen.

3.8.1 SWOT

a. *Strength*

1. Lebih berfokus pada perancangan kemasan (*packaging*) produk topi pada perusahaan *geoffmax*.
2. Kemasan (*packaging*) produk topi menggunakan material E *flute* dan *plastic mika*.
3. Pada kemasan produk topi mencantumkan logo perusahaan *geoffmax* sebagai salah satu identitas produk perusahaan.

b. *Weaknes*

1. Produk topi pada perusahaan *geoffmax* belum memiliki kemasan yang dapat melindungi topi dari gesekan dengan benda lain, perubahan bentuk dan kerusakan topi disaat telah sampai kepada konsumen.

c. *Opportunities*

1. Perusahaan telah memiliki konsumen atautarget pasar tersendiri.
2. Perusahaan *geoffmax* menggunakan penjualan produk secara online dan penjualan produk secara langsung melalui toko

d. *Threats*

1. Banyaknya produsen produk topi lain sebagai pesaing perusahaan *geoffmax*
2. Mulai bermunculan produsen yang bergerak dibidang *apparel, footwear, dan aksesoris* dengan beragam variasi produk yang lebih beragam. dan *aksesoris* dengan beragam variasi produk yang lebih beragam.

3.8.2 5W1H

Tabel 3.10. Hipotesa Desain 5W+1H Perancangan Kemasan (*packaging*) produk topi

What	Kemasan Produk apa yang akan dirancang ?	Kemasan produk yang akan dirancang adalah kemasan (<i>packaging</i>) untuk semua jenis produk topi perusahaan <i>geoffmax</i> .
Who	Siapa target user yang akan disasar ?	Perancangan kemasan (<i>packaging</i>) produk topi ini ditujukan kepada konsumen dari perusahaan <i>geoffmax</i> .
Where	Dimana kemasan produk tersebut akan digunakan ?	Kemasan (<i>packaging</i>) ini akan digunakan di perusahaan <i>geoffmax</i>
Why	Mengapa produk tersebut dirancang ?	Kemasan (<i>packaging</i>) dirancang karena sebelumnya perusahaan <i>geoffmax</i> belum memiliki atau belum mempunyai kemasan (<i>packaging</i>) khusus

		untuk produk topi yang perusahaan produksi.
How	Bagaimana produk tersebut beroperasi ?	Untuk melindungi produk topi perusahaan <i>geoffmax</i> dari perubahan bentuk dan juga kerusakan pada topi.

3.8.3 TOR

T.O.R (*term of referensi*) adalah acuan dasar perancangan sebuah produk yang berisi Deskripsi Produk, Pertimbangan Desain, Batasan Desain dan Deskripsi Pengguna yang disasar, maka dari itu penggunaan T.O.R dapat membantu dalam melakukan perancangan kemasan (*packaging*) topi untuk perusahaan *geoffmax*.

1. Deskripsi Produk

Kemasan (*packaging*) yang fungsi utamanya dapat digunakan untuk membungkus produk topi perusahaan *geoffmax*, dalam mengantisipasi terjadinya perubahan bentuk dan kerusakan terhadap produk topi diperusahaan *geoffmax* dalam melakukan pendistribusian kepada konsumen perusahaan.

2. Peretimbangan Desain

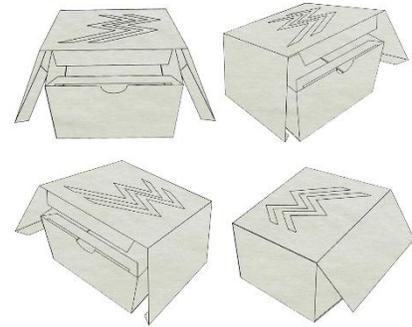
- a. Kemasan (*packaging*) berfungsi khusus pada produk topi, serta dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan *geoffmax* agar lebih efektif dan efisien.
- b. Pemilihan dan penggunaan material yang baik dari perusahaan *geoffmax* itu sendiri untuk digunakan dalam perancangan kemasan (*packaging*) ini.
- c. Kemasan yang dapat membantu perusahaan *geoffmax* disaat melakukan pendistribusian produk topi kepada konsumen.

3. Batasan Desain

1. Perancangan kemasan (*packaging*) produk topi khusus untuk digunakan pada perusahaan *geoffmax*.
2. Penggunaan material utama *E flute* dan plastik *mika* pada kemasan (*packaging*) agar kemasan lebih aman dan tahan terhadap guncngandan cahaya yang berlebihan, serta kemasan yang lebih praktis dan sederhana.

4. Deskripsi Pengguna

Kemasan produk topi khusus untuk konsumen perusahaan *geoffmax* yang meraka produksi, untuk mengantisipasi terjadinya perubahan bentuk dan kerusakan produk topi disaat menyimpan topi serta pendistribusian produk topi kepada konsumen perusahaan *geoffmax*.

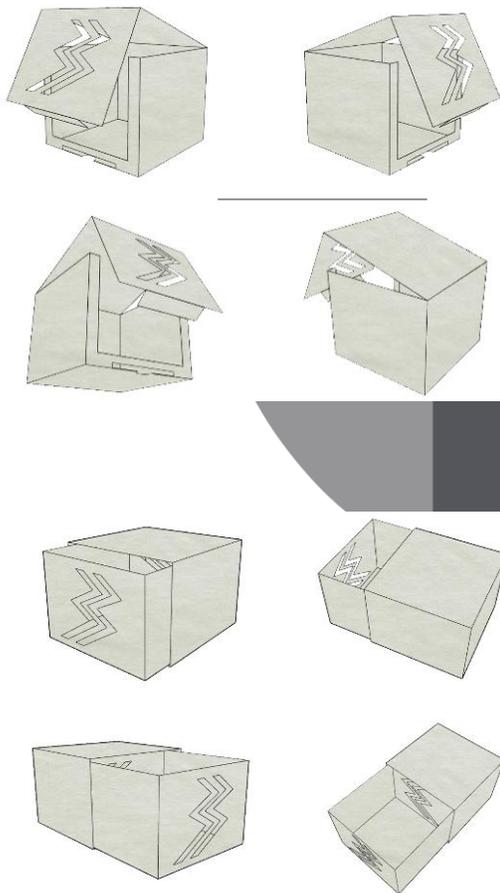


Gambar 3.1. Sketsa Alternatif 3

(Sumber: Data Penulis)

Dari gambar sketsa alternatif diatas maka dapat disimpulkan bahwa sketsa alterntif tiga yang terpilih dalam melakukan perancangan kemasan (*packaging*) produk topi, berdasarkan hasil dari permintaan oleh pihak perusahaan *Geoffmax* bahwa sketsa alternatif tiga yang di inginkan, bentuk kemasan (*packaging*) yang sederhana, teratur, seimbang, dan praktis untuk diaplikasikan atau membungkus produk topi perusahaan *geoffmax*.

3.8.4 Sketsa Alternatif



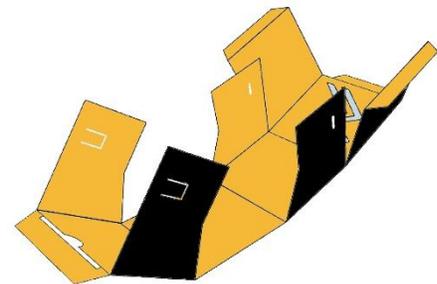
3.8.5 Sketsa Final

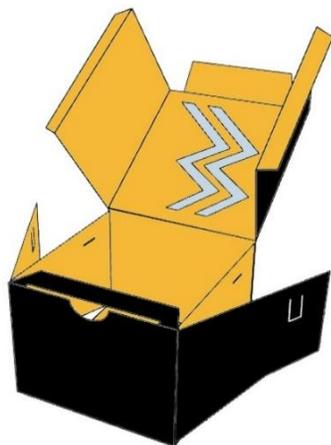


Gambar.3.2 Sketsa Final

(Sumber: Data Penulis)

3.8.6 Sistem kunci Kemasn (*Packaging*)





Gambar 3.3 Sistem Kunci
Kemasan (*packaging*)
(Sumber: Data Penulis)

3.8.7 Sistem oprasional Kemasan (*Packaging*)



Gambar 3.4. Sistem Oprasional
Produk Kemasan (*packaging*)
(Sumber: Data Penulis)

4. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan suatu masalah pada bab-bab yang dijelaskan sebelumnya mengenai Perancangan Kemasan (*packaging*) produk topi pada perusahaan *geoffmax*. Maka dari itu dapat menyimpulkan dengan sebagai berikut ini:

1. Perancangan kemasan (*packaging*) untuk membungkus produk topi, dengan studi kasus pada perusahaan *geoffmax* yang bergerak dibidang *footwear*, *apparel*, dan *accecoris*. Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan *geoffmax* serta konsumen agar produk topi tetap aman terhadap perubahan bentuk dan juga kerusakan topi.
2. Kemasan (*packaging*) produk topi dirancang dengan menggunakan kunci serta tambahan lubang yang berbentuk logo perusahaan pada bagian atas kemasan agar mempermudah dalam pengecekan jenis barang atau produk topi.
3. Penggunaan material (*Courgated*) *Eflute* dan plastik *Mika* pada perancangan kemasan (*packaging*) produk topi sesuai dari permintaan perusahaan *geoffmax* dengan observasi dan wawancara dalam upaya mendukung perancangan kemasan (*packaging*) produk topi.
4. Kemasan (*packaging*) produk topi diperusahaan *geoffmax* dirancang menggunakan ukuran dengan lebar (L) 19.5cm, x panjang (P) 17.5cm, x tinggi (T) 11cm. Bentuk, ukuran dan material yang digunakan dapat melindungi topi dari guncangan dan dapat menampung beban semua jenis produk topi dari perusahaan *geoffmax*.

Saran

Dalam penelitian perancangan kemasan (*packaging*) produk topi perusahaan *geoffmax* masih memiliki beberapa kekurangan sehingga masih perlu dilakukan evaluasi kembali:

1. Meningkatkan pemilihan material, bentuk, dan sistem kunci kemasan (*packaging*) produk topi diperusahaan *Geoffmax* yang bergerak dibidang *footwear*, *apparel*, dan *accecoris*.
2. dapat dijadikan sebagai salah satu sumber landasan dalam melakukan penelitian yang akan datang, dengan meningkatkan solusi terhadap kemasan (*packaging*) produk topi yang efektif dan efisien,
3. serta melakukan perancangan kemasan yang dapat digunakan secara general atau umum pada perusahaan.

REFERENSI

Ariesta Sekarlaranti, Shellyana Junaedi, 2013. Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis, dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan *Multidimensional Scaling*. Jurnal Manajemen Teori dan

- terapan, Tahun 6. No. 1, April 2013.
<https://ejournal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2656/1927>, diakses pada 24 April 2021 pukul 23.20 WIB.
- Priscilla Tamara, Peniel Immanuel Gultom, (Studi Eksperimen Limbah *Corrugated Papper* Sebagai Material *Booth* Pameran), Vol XIV, Nomor 28, Juli – Desember 2016: 41-52
<https://ejournal.itn.ac.id/index.php/spectra/article/view/571>, diakses pada 24 April 2021 pukul 22.35 WIB.
- Sudjana, 2020. Desain Kemasan Produk, (Analisis Perbandingan: Efektifitas Pelindungan Desain Industri atau Merek). Jurnal *Ecodomic*, Vol. 4 No. 1 April 2020.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/7342/pdf>, diakses pada 18 Mei 2021 pukul 16.45 WIB.
- Syukrianti Mukhtar, Muchammad Nurif, 2015. Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. Jurnal *Sosial Humaniora*, Vol 8 No. 2, November 2015.
<http://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/121>, diakses pada 18 Mei 2021 pukul 20.25 WIB.
- Siti Maryana Saputri, Faradillah Nursari B.Des., M.Ds. 2018. Perancangan Busana *Activewear* Berdasarkan *Trend Forecasting* 2019/2020, *e-Proceeding of Art and Design*: Vol.5, No.3 Desember 2018 | Page 2734.
https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/146598/jurnal_eproc/perancangan-busana-activewear-berdasarkan-trend-forecasting-2019-2020.pdf, diakses pada 05 Agustus 2021 pukul 23.11 WIB.
- Th Susetyarsi, 2012. Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan, Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. Jurnal *STIE Semarang*, Vol 4, No 3, Edisi Oktober 2012, (ISSN: 2252-7826).
<https://media.neliti.com/media/publications/132997-ID-kemasan-produk-ditinjau-dari-bahan-kemas.pdf>, diakses pada 06 Agustus 2021 pukul 21.45 WIB.
- Dinastindo Pratama, pabrik kardus, pabrik karton, jual kardus, supplier karton box, cardboard box, corrugated carton box.
<https://www.dinastindoprutama.com/mengulik-karton-box-berbagai-type-dan-berkualitas.html/>, diakses pada 06 Agustus 2021 pukul 12.02 WIB.