

Perancangan Ulang Desain Kemasan untuk Produk Bubur Sereal Susu 6+

¹ Stephanie Hany, ² Budi Darmo, ³ Ariani Kusumo Wardhani

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara

³ Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana

stephanie.625180023@stu.untar.ac.id, budid@fsrd.untar.ac.id

ariani.wardhani@mercubuana.ac.id

RUPAKA

Jurnal Rupaka

<https://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka>

Vol 4, No.1

Juli – Desember 2021

Abstract

Sun Baby Milk Cereal 6+ is one of the product of PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. The main problem on this product is the design of the packaging looks less modern. The design method that were used are problem identification, data research, concept design, and production. The data was obtained through questionnaires that distributed to 36 respondents and also literature studies related to this design process. The result of this design is a packaging design that looks more variety, cute and colorful by using a digital illustration with a cartoon-style vector. In order to make the packaging easier to open and look more unique, the way to open this package is different from the previous packaging. The illustration of the character itself has a big head, round eyes, and each character also has a cheerful expression. The bright colors in the design represented the fun and distinct elements of each taste. The type of typography used is arco, baby party, and avenir. The redesign of packaging is needed in order to produce packaging designs that are more attractive, unique, variety so they can compete with other competitor products.

Keywords: milk cereal porridge, packaging design, illustration, complementary food, redesign.

Abstrak

Sun Bubur Sereal Susu 6+ merupakan salah satu produk dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Salah satu permasalahan yang ada dalam produk ini ialah desain kemasan yang terlihat kurang modern dan monoton. Metode perancangan yang digunakan adalah identifikasi masalah, pencarian data, perancangan konsep kreatif, dan proses produksi. Pengambilan data didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 36 responden dan juga studi pustaka yang berkaitan dengan proses perancangan ini. Hasil dari perancangan ini adalah sebuah desain kemasan yang terlihat lebih bervariasi, lucu, dan warna-warni. Agar kemasan lebih mudah dibuka dan terlihat lebih unik, cara membuka kemasan ini dibuat berbeda dari kemasan sebelumnya. Jenis ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi digital dengan *vector* bergaya kartun. Ilustrasi karakter sendiri memiliki kepala yang besar, mata yang bulat, dan setiap karakter juga memiliki ekspresi yang ceria. Warna yang cerah digunakan untuk menampilkan unsur menyenangkan dan perbedaan setiap rasa. Jenis tipografi yang dipakai adalah *arco*, *baby party*, dan *avenir*. Perancangan ulang desain kemasan ini dibutuhkan agar dapat menghasilkan desain kemasan yang lebih menarik, unik, bervariasi agar tidak kalah saing dengan produk kompetitor lainnya.

Kata kunci: bubur sereal susu, desain kemasan, ilustrasi, MP-ASI, perancangan ulang.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Pendahuluan

Kesehatan merupakan salah satu hal yang berperan penting dalam proses tumbuh kembang anak

(Widaryanti, 2019) dan salah satu permasalahan kesehatan yang ada di Indonesia adalah cakupan pemberian Air Susu Ibu (ASI) eksklusif yang belum berhasil (Lestiarini dan Sulistyorini, 2020). Untuk

mencapai keberhasilan tersebut, Strategi Nasional Peningkatan Pemberian ASI dan MP-ASI merekomendasikan pemberian makanan yang tepat bagi bayi yang berusia 0-24 bulan (Widaryanti, 2019). Pada usia 0-5 bulan, ASI merupakan makanan yang terbaik untuk sang bayi. Namun setelah usia 6-24 bulan bayi sudah mulai membutuhkan makanan tambahan selain ASI yang disebut juga makanan pendamping ASI (Mufida et al. 2015). Makanan Pendamping Air Susu Ibu (MP-ASI) / *complementary food* merupakan makanan tambahan yang diberikan kepada bayi karena ASI tidak dapat mencukupi kebutuhan nutrisi bayi untuk tumbuh dan berkembang lebih optimal (Hanindita, 2019).

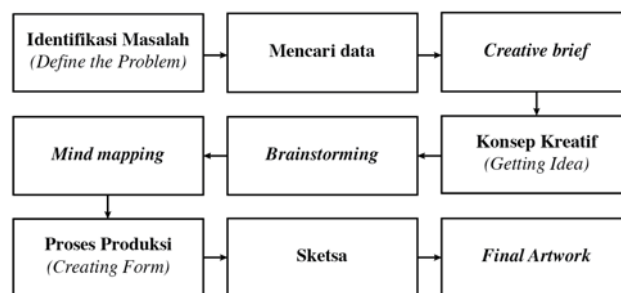
Sun Bubur Sereal Susu 6+ merupakan salah satu produk dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Seperti nama produknya, Sun Bubur Sereal Susu 6+ diperuntukkan bagi bayi yang berusia 6-24 bulan. Sereal bubur susu ini memiliki tekstur lembut yang sesuai dengan kebutuhan bayi yang sedang memasuki tahap pengenalan MP-ASI. Produk ini mengandung gizi seimbang yang diperkaya Esenutri untuk mendukung tumbuh kembang optimal sang bayi.

Selain manfaat yang ada dalam produk, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli produk bubur bayi ini adalah desain kemasan produk itu sendiri. Menurut Dhameria (2014) hal yang menjadi kelebihan desain kemasan yang sangat diperhatikan konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam membeli suatu produk adalah ukuran dan bentuk kemasan, bahan dari kemasan, warna serta merek, dan label pada kemasan. Perancangan ulang desain kemasan produk Sun Bubur Sereal Susu 6+ dibutuhkan karena desain kemasan produk ini tidak pernah berubah sejak produk ini diproduksi sehingga produk terlihat kurang modern, terlalu ramai, tidak bervariasi di mata konsumen, dan banyaknya pesaing bubur bayi lain memiliki kemasan yang lebih menarik. Dengan adanya perancangan ulang desain kemasan, produk menjadi lebih mudah dibedakan, terlihat lebih menarik, dan mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Metode

Dalam perancangan ini metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data dan metode perancangan. Metode pengumpulan data didapat

melalui observasi terhadap produk kompetitor dan mencari kelebihan serta kekurangan produk, studi pustaka melalui jurnal maupun *e-book*, dan melalui kuesioner yang diisi oleh para pria dan wanita yang berusia 17-35 tahun. Metode perancangan diawali dengan mengidentifikasi masalah (*Define the Problem*). Tahap ini diawali dengan menentukan serta menganalisa target sasaran, melakukan riset mengenai permasalahan produk, mencari teori pendukung serta membuat *creative brief*. Tahap kedua adalah perancangan konsep kreatif (*Getting Idea*). Tahap ini dimulai dengan melakukan *brainstorming idea* dan *mind mapping* kemudian menentukan gaya desain yang akan dipakai dalam konsep perancangan. Tahap ketiga yaitu proses produksi (*Creating Form*). Tahap ini dimulai dengan membuat sketsa manual, sketsa digital, kemudian *final artwork* yang berupa *mockup*.



Gambar 1: Bagan Metode Perancangan

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Data

Perancangan Ulang Desain Kemasan Produk Sun Bubur Sereal Susu 6+ ini ditujukan kepada pria dan wanita yang berusia 20-25 tahun terutama orang tua yang memiliki bayi yang berusia 6-24 bulan. Berada di wilayah Jabodetabek. Bekerja sebagai ibu rumah tangga, pegawai/pekerja dan berstatus ekonomi menengah ke atas serta memiliki gaya hidup serba *instant* dan hemat.

Untuk mengumpulkan lebih banyak data, hasil yang diperoleh melalui kuesioner dari 36 responden dapat disimpulkan bahwa pengisi kuesioner adalah orang tua yang memiliki anak dengan rentang usia 1-5 tahun. 14 responden memiliki anak usia 3-5 tahun, sedangkan 11 orang memiliki anak usia 1-2 tahun. Pengisi kuesioner didominasi oleh wanita yang berusia 26-30 tahun dan berdomisili di Jakarta. Sebagian besar responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan pegawai negeri/swasta. Semua responden

mengetahui adanya produk Sun Bubur Sereal Susu 6+. 15 responden berpendapat bahwa desain kemasan produk ini kurang *modern*, 14 responden berpendapat bahwa desain kemasan ini kurang menarik dan 11 responden berpendapat bahwa desain kemasan produk ini tidak bervariasi. 35 responden setuju dengan adanya perancangan ulang desain kemasan Sun Bubur Sereal Susu 6+ agar terlihat lebih menarik. Sebagian besar responden lebih menyukai gaya desain ilustrasi dengan kombinasi warna-warni.

B. Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT dari perancangan ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1: Analisis SWOT

SW OT	STRENGTH	WEAKNESS
	1 Produk sudah dikenal masyarakat luas. 2 Harga terjangkau. 3 Mengandung banyak gizi baik untuk bayi dan tidak menggunakan pengawet. 4 Tersedia dalam berbagai varian rasa yang menarik.	1 Kurangnya periklanan produk. 2 Desain kemasan terlihat kurang modern sehingga kurang menarik perhatian masyarakat. 3 Gambar bayi yang dipakai sebagai gambar produk terlihat monoton. 4 Tipografi yang dipakai dalam desain produk tidak cocok untuk desain anak-anak.
OPPORTUNITIES	1 Meningkatnya penjualan produk. 2 Kebutuhan gizi anak dapat terpenuhi dengan baik. 3 Anak tidak merasa bosan karena adanya macam-macam varian rasa produk.	1 Membuat iklan tentang pentingnya MP-ASI bagi sang anak. 2 Membuat desain kemasan yang lebih menarik.
THREAT	1 Karena merek produk sudah terkenal, maka persaingan dapat diminimalisir.	1 Melakukan perancangan ulang desain kemasan agar terlihat lebih menarik. 2 Membuat desain kemasan yang lebih menarik dari produk kompetitor lain. 3 Memperluas periklanan produk.

Sumber: Pribadi, 2021

Melalui analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perancangan ulang desain kemasan produk Sun Bubur Sereal Susu 6+ yang terlihat lebih menarik dari kompetitor produk bubur bayi lainnya, penjualan produk dapat meningkat dan kebutuhan gizi anak akan MP-ASI dapat terpenuhi dengan baik.

C. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah *right brain strategy*. Pendekatan ini dipilih karena adanya pendekatan emosional, dengan cara menggunakan warna yang cerah serta ilustrasi yang menyenangkan pada saat produk tersebut dilihat oleh konsumen.

D. Konsep Kreatif

Kata kunci yang dipakai adalah aktif, lucu, warna-warni. Jenis Ilustrasi yang akan digunakan adalah ilustrasi digital dengan *vector* bergaya kartun. Ilustrasi karakter Ilustrasi karakter sendiri memiliki kepala yang besar, mata yang bulat bulat, dan setiap karakter juga memiliki ekspresi yang ceria. Warna yang cerah digunakan untuk menampilkan unsur menyenangkan dan perbedaan setiap rasa. Agar kemasan lebih mudah dibuka dan terlihat lebih unik, cara membuka kemasan ini dibuat berbeda dari kemasan sebelumnya. Pada bagian dalam kemasan, desain kemasan dibuat dalam bentuk permainan belajar sebagai media edukasi anak serta sebagai alat untuk membangun hubungan antara ibu dengan anak.

E. Keputusan Desain

1. Kemasan:

Kemasan utama berbentuk balok dengan ukuran 12 x 20 x 5 cm. Berbahan dasar *art carton* yang di laminasi *glossy* dan memiliki berat bersih 120 gram. Kemasan kedua berukuran 10 x 12 cm. Berbahan dasar *aluminium metalized plastic* dengan berat bersih 120 gram.

2. Tipografi:

Jenis tipografi yang dipakai dalam perancangan ini adalah tipografi *sans serif* yang berbentuk bulat dan berat.

AVENIR BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

BABY PARTY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

ARCO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

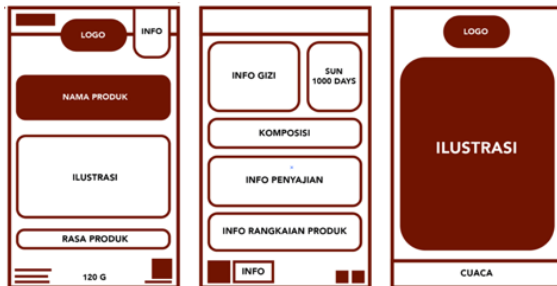
Gambar 2: Tipografi Perancangan

3. Skema Warna

B83122	EC6927	E18F40	F89621
FFC74B	4E7A51	8DD5ED	6D4A87

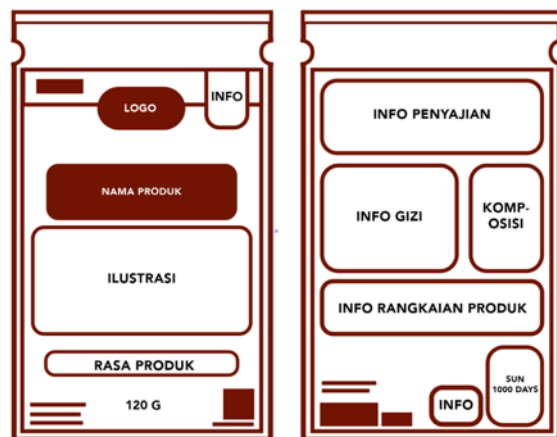
Gambar 3: Skema Warna

4. Layout Kemasan



Gambar 4: Layout Kemasan Utama

Gambar 5: Layout Kemasan Kedua



5. Brand Character

Dalam perancangan ini terdapat 5 karakter ilustrasi yang bernama Adit, Susi, Dimas, Dewi, dan Santi. Setiap karakter memiliki mata yang bulat, kepala yang besar, dan ekspresi yang ceria.

Gambar 6: Brand Character



6. Hasil Perancangan

a. Kemasan Utama



Gambar 7: Ilustrasi untuk Kemasan Utama



Gambar 8: Kemasan Utama Varian Rasa Brokoli dan Wortel



Gambar 9: Kemasan Utama Varian Rasa Ubi Ungu



Gambar 10: Kemasan Utama Varian Rasa Pisang Susu



Gambar 11: Kemasan Utama Varian Rasa Beras Merah



Gambar 12: Kemasan Utama Varian Rasa Jeruk Apel Pisang



Gambar 13: Kemasan Utama Varian Rasa Kacang Hijau



Gambar 14: Kemasan Utama Varian Rasa Ayam Kampung dan Bayam

b. Kemasan Kedua



Gambar 15: Kemasan Kedua Varian Rasa Brokoli dan Wortel



Gambar 16: Kemasan Kedua Varian Rasa Ubi Ungu



Gambar 17: Kemasan Kedua Varian Rasa Kacang Hijau



Gambar 18: Kemasan Kedua Varian Rasa Jeruk Apel Pisang



Gambar 19: Kemasan Kedua Varian Rasa Pisang Susu



Gambar 20: Kemasan Kedua Varian Rasa Beras Merah



Gambar 21: Kemasan Kedua Varian Rasa Ayam Kampung dan Bayam

c. Media Pendukung

1. Poster

Poster digunakan sebagai media promosi untuk memberi tahu konsumen mengenai promo/ produk baru dari Sun Bubur Sereal Susu 6+.



Gambar 22: Media Pendukung Poster

2. Pin

Pin digunakan sebagai media promosi produk yang akan diberikan kepada anak atau orang tua yang membeli produk Sun Bubur Sereal Susu 6+.



Gambar 23: Media Pendukung Pin

3. Paper Bag

Sun Bubur Sereal Susu 6+ memiliki *paper bag* yang berguna untuk memudahkan konsumen saat membawa produk.



Gambar 24: Media Pendukung Paper Bag

4. Stiker

Stiker merupakan salah satu media promosi dan berguna sebagai hadiah yang akan diberikan kepada konsumen.



Gambar 25: Media Pendukung Stiker

Simpulan

Melalui hasil proses perancangan Tugas Akhir yang dibuat, dapat disimpulkan bahwa desain kemasan yang menarik menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan membeli suatu produk. Dari data yang diperoleh, target sasaran lebih memilih desain kemasan dengan gaya ilustrasi *vector* yang berwarna-warni serta lucu. Maka dari itu karakter yang dibuat adalah karakter yang memiliki mata bulat, lucu, ceria, dan berbeda-beda sesuai dengan rasa yang dimiliki. Pada desain kemasan juga terdapat macam-macam ilustrasi

cuaca yang berguna sebagai media edukasi anak dan juga sebagai alat untuk memperlancar hubungan komunikasi dengan anak. Kelebihan dengan adanya perancangan ulang desain kemasan produk Sun Bubur Sereal Susu 6+ yang lebih menarik dan terlihat modern, produk ini diharapkan agar dapat bersaing dengan produk kompetitor lainnya. Kekurangan dari proses perancangan ini yaitu pencarian data yang cukup sulit karena data mengenai produk cukup terbatas. Melalui perancangan ulang desain kemasan ini, penulis mengharapkan agar pembaca mendapat wawasan dan ilmu baru yang bermanfaat untuk kedepannya.

Daftar Pustaka

- Dharmeria, V. (2014). Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk , kondusivitas. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, XIII(1), 1–44 (diakses tanggal 22 September 2021).
- Hanindita, Meta. (2019). Mommyclopedia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lestiarini, Santi, and Yuly Sulistyorini. (2020). Perilaku Ibu Pada Pemberian Makanan Pendamping ASI (MPASI) Di Kelurahan Pegirian. Jurnal PROMKES 8 (1): 1–11. <https://doi.org/10.20473/jpk.v8.i1.2020.1-11>
- Mufida, Lailana, Tri Dewanti Widyaningsih, and Jaya Mahar Maligan. (2015). Prinsip Dasar Makanan Pendamping Air Susu Ibu (MP-ASI) Untuk Bayi 6 – 24 Bulan. Jurnal Pangan Dan Agroindustri 3 (4): 1646–51 (diakses tanggal 10 Agustus 2021).
- Widaryanti, Rahayu. (2019). Pemberian Makan Bayi & Anak. Yogyakarta: Deepublish.