

DISAIN LABEL DAN KEMASAN PANGAN

KEMASAN VS KONSUMEN

- ▶ Kemasan berhadapan langsung dengan konsumen
- ▶ Konsumen melihat sekumpulan produk yang sejenis diletakkan berdekatan. Jika kemasannya tidak direncanakan dengan baik maka produk kita akan “tenggelam”.
- ▶ Langsung berkesan dan menimbulkan tindakan positif konsumen

Kemasan harus memaksimalkan daya jual

Fungsi Kemasan

- ▶ Bergeser dari : “Melindungi apa yang dijual” menjadi “Menjual apa yang dilindungi”
- ▶ “*Silent Salesman*” (salesman yang menawarkan produk kita)
- ▶ Media komunikasi antara produsen dan konsumen



Faktor-faktor Disain Kemasan

- ▶ Faktor pengamanan
 - Kemasan harus melindungi produk dari penyebab kerusakan : cuaca, sinar matahari, jatuh, tumpukan, kuman, serangga dan lain-lain.
 - Contohnya, kemasan biskuit yang dapat ditutup kembali agar kerenyahannya tahan lama.
- ▶ Faktor ekonomi
 - Biaya produksi tidak melebihi proporsi manfaatnya. Contohnya produk-produk *refill atau isi ulang*, produk-produk susu atau makanan bayi dalam karton, dan lain-lain.

Faktor-faktor Disain Kemasan (lanj)

▶ Faktor Pendistribusian

- Kemasan harus mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen.
- Bentuk dan ukuran kemasan harus memudahkan penyimpanan dan pemajangan.

▶ Faktor Komunikasi

- Kemasan harus mudah dilihat, dipahami dan diingat yang mencerminkan produk dan citra merek,

Faktor-faktor Disain Kemasan (lanj)

▶ Faktor Ergonomi

- kemasan harus mudah dibawa atau dipegang, dibuka dan mudah diambil isinya.
- Mudah ditutup kembali untuk kemasan produk yang tidak habis

▶ Faktor Estetika

- Keindahan pada kemasan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek atau logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau *layout*, dan maskot .
- Tujuannya adalah untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

Faktor–faktor Disain Kemasan (lanj)

▶ Faktor Identitas

- Kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk–produk yang lain.

▶ Faktor Promosi

- Kemasan harus dapat menjual dirinya (*silent sales person*).
- Kemasan harus dapat efektif untuk menarik perhatian konsumen–konsumen baru.

Faktor-faktor Disain Kemasan (lanj)

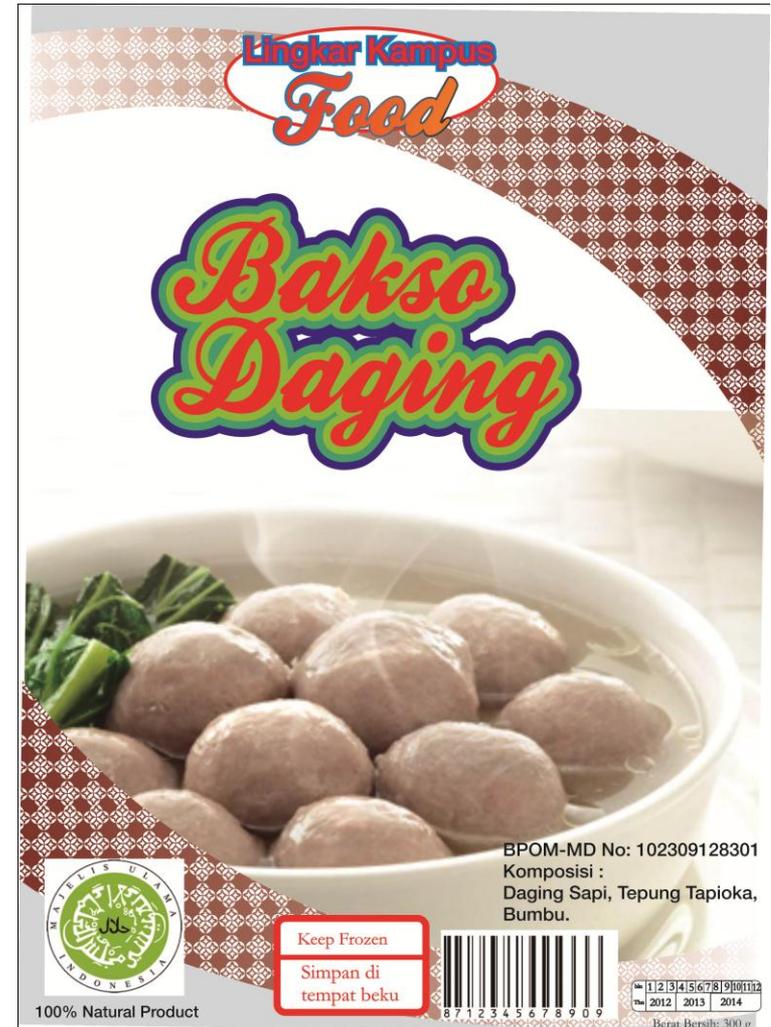
▶ Faktor Lingkungan

- Penggunaan kemasan-kemasan yang ramah lingkungan (*environmentally friendly*), *dapat didaur ulang (recyclable)* atau *dapat dipakai ulang (reusable)*.
- Biodegradable packaging terutama untuk plastik (Biodegradable plastic)

Faktor-faktor Disain Kemasan (lanj)

- ▶ Faktor Peraturan Pelabelan (Untuk Pangan)
 1. Nama makanan dan/atau merek dagang
 2. Komposisi, kecuali untuk makanan yang diketahui komposisinya secara umum.
 3. Berat atau isi netto/bersih
 4. Nama dan alamat perusahaan yang memproduksi atau yang mengedarkannya
 5. Nomor pendaftaran
 6. Tanggal dan atau kode produksi
 7. Keterangan kadaluarsa

Apa yang Kurang pada Kemasan ini ?



DESAIN KEMASAN

- ▶ Sederhana/simpel
- ▶ Fungsional
- ▶ Dapat menciptakan respon positif
- ▶ Mengundang, seolah berkata “Belilah Saya”
- ▶ Penampilannya mempunyai Daya Tarik
 - Daya Tarik Visual
 - Daya Tarik Fungsional



Kemasan IKM Pangan

Umumnya berbentuk individual /Consumer pack

- **Informasi**

Teks, Gambar / Ilustrasi, keterangan isi produk, dll

- **Ergonomi**

Nyaman / mudah dibawa, gampang dibuka & diambil isinya, dll

- **Estetika**

Warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, jenis huruf, tata

letak, jenis cetakan, dll

- **Identitas**

Menarik perhatian / tampil beda, mudah diingat, dll

- **Ramah Lingkungan**

Dapat daur ulang dan dipakai kembali, dll

Daya Tarik Visual

- ▶ Bentuk dan jenis Kemasan
- ▶ Grafis (warna, huruf, gambar dan logo)
 - Estetika dapat menciptakan loyalitas konsumen dengan memberikan pengaruh psikologis dan emosional. Contoh : melalui keunikan sebuah logo pada kemasan.
 - Estetika dapat menjadi standar perusahaan untuk menetapkan harga.

“When your company or product provides specific experience that customers can see, hear, touch and feel, you are adding value and you can price that value.”

- Estetika dapat membuat sebuah produk menjadi berbeda (*point of differentiation*) ditengah persaingan merek yang semakin ketat.

Daya Tarik Fungsional

- Dapat melindungi produk
- Mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan
- Porsi yang sesuai untuk produk makanan/ minuman
- Dapat digunakan kembali (*reusable*)
- Mudah dibawa, dijinjing atau dipegang
- Memudahkan pemakai untuk menghabiskan isinya dan mengisi kembali dengan jenis produk yang dapat diisi ulang (*refill*)

Jenis-jenis Bahan Kemasan

- ▶ Kertas, Karton, Karton Bergelombang / Corrugated : Kemasan primer & sekunder
- ▶ Kemasan Plastik Kaku (Rigid) :Kemasan primer
- ▶ Kemasan Plastik Fleksibel (Multi Layer): Kemasan primer
- ▶ Logam : Kemasan primer & sekunder
- ▶ Gelas Kaca : Kemasan primer
- ▶ Karung (Tenun Plastik & Goni) : Kemasan primer & sekunder
- ▶ Kayu dan lain – lain



Warna

- ▶ Warna ceria, kontras, riang dan meriah.
- ▶ Menunjukkan yang masa atau jaman yang mudah, gembira, terang, suasana yang lebih damai, terbuka; optimistis.
- ▶ Disesuaikan juga dengan bahan yang digunakan (jeruk = kuning, mangga = orange, strawberi = merah, dll)

Huruf dan Tata Letak



Logo / Merek

- ▶ Sebagai jaminan atas mutu barang dan jasa
- ▶ Menunjukkan asal barang/jasa
- ▶ Alat promosi
- ▶ Menunjukkan kepercayaan terhadap konsumen
- ▶ Tanda pengenal



Logo / Merek

- ▶ Singkat, enak didengar, mudah diucapkan dan diingat, tidak melanggar norma, bukan nama umum.
 - Nama Orang (teh Sosro, Ny. Suharti, M'bok berek dll)
 - Nama tempat (kota, negara, gunung, jalan dll)
 - Kata-kata asing (inggris, non Inggris) : Tropical, So Good.
 - Kata Asing + Local atau lafal Indonesia : Niki Echo, Mister Bakso
 - Binatang : Bango, Kuda, Jaguar
 - Alam semesta : Lautan, Galaxi
 - Kata-kata Lucu : Takasimura, Ma Nyoos, Biskuat



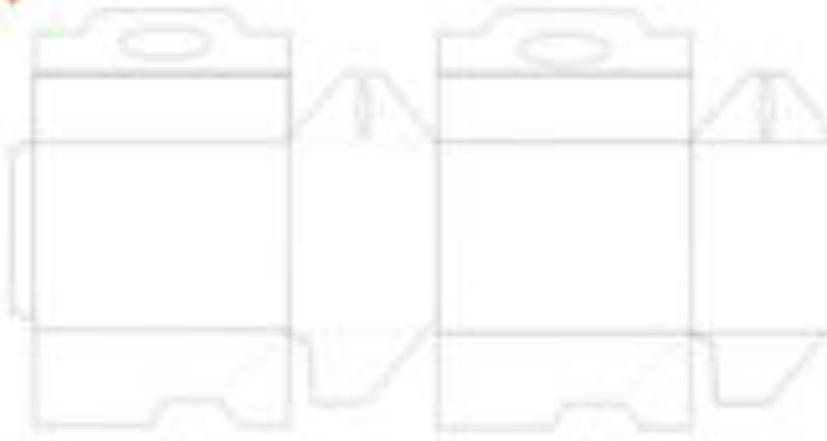
Contoh Logo : Lingkaran Kampus digabung Jenis Produk



Langkah-langkah disain

1. Lay Out Bangun yang akan kita visualisai , apakah itu berbentuk kotak, persegi ,bulat, lonjong, dll.
2. Pikirkan juga bahan kemasan yang akan digunakan.
3. Adalah kesesuaian nama produk dengan pencitraan yang kita miliki, gampangnya gambar dan warna harus “in”
4. Jangan lupakan informasi yang harus terkandung dalam kemasan.

Langkah-langkah disain



Contoh Disain : Sari Buah



"Jooze adalah perusahaan fiktif yang memproduksi jus buah segar, melayani terutama untuk siswa sekolah TK dan SD. Ini adalah perusahaan yang percaya bahwa kebiasaan makan yang sehat harus dimulai pada usia yang sangat muda " sebuah desain kemasan yang bagus dan pas dengan target sasaran mereka yaitu anak TK dan SD. Kemasan yang fun dan aneh membuat ketertarikan dan rasa penasaran buat anak TK maupun SD.

Contoh Disain : Snack



Contoh Disain : Snack



Contoh Disain : Snack



Contoh Disain : Botol Jam



Contoh Disain : Manisan



Terima Kasih