

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN DAN LOGO SEKOTENG DOLAR DAVID PRODUCT (HK) SEBAGAI MEDIA YANG DAPAT MEMBEDAKAN PRODUK DENGAN KOMPETITOR

Gracio Henokh E¹, Sultan Arif R², Ayyub Anshari Sukmaraga³

Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung
331610007@student.machung.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun hingga saat ini. Peningkatan yang terbesar dalam industri ekonomi kreatif berasal dari kuliner, hal tersebut merupakan peluang yang cukup baik bagi pemilik industri kuliner untuk memperoleh laba yang besar. Sekoteng Dolar David Product (HK) merupakan salah satu perusahaan kuliner yang menjual minuman khas tradisional yaitu sekoteng, akan tetapi perusahaan ini memiliki beberapa kendala dalam persaingan terhadap produk kompetitor. Permasalahan tersebut terletak pada logo yang serupa dengan kompetitor dan fungsi kemasan yang dinilai belum cukup maksimal dalam penerapannya. Oleh karena itu dibutuhkan logo yang dapat membedakan produk dengan kompetitor dan kemasan yang baru yang tidak hanya melindungi produk melainkan kemasan tersebut dapat mempromosikan produk secara tidak langsung. Perancangan dilakukan menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung untuk mendapatkan data yang berupa fakta. Perancangan juga menggunakan metode SWOT dalam pemecahan permasalahannya. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat logo, buku GSM yang berfungsi bagi perusahaan sebagai pedoman penggunaan logo dan elemen desain lainnya untuk menjaga konsistensi identitas perusahaan, selain itu juga dirancang desain kemasan pada setiap varian rasa yang mampu membedakan produk dengan kompetitor dan menerapkan fungsi-fungsi kemasan yang belum diterapkan pada kemasan terdahulu, serta media pendukung yaitu *merchandise* yang bertemakan ramah lingkungan.

Kata Kunci: logo, desain kemasan, sekoteng.

Abstract

The development of creative industry in Indonesia has increased significantly from year to year until now. The biggest increase in the creative economy industry came from culinary. This is a good opportunity for the owner of culinary industries to obtain large profits. Sekoteng Dolar David Product (HK) is one of culinary companies selling traditional distinctive drinks, namely sekoteng, but this company has several obstacles in the competition against competitors' products. The problem is in the logo which is similar to the competitor's and the function of the packaging which is considered not optimal enough in its application. Therefore, the company needs a logo which is able to differentiate the product from competitor's and a new design of packaging which is not only to protect the product

but also as an indirect promotional media. This project is done by qualitative methods, which is doing observations and direct interviews to obtain facts data. This project also uses the SWOT method in solving the problem. The purpose of this project is to create a logo, GSM book used as a company's guidance in the use of logo and other design elements to maintain the consistency of company's identity. There is also a packaging designed for each flavor variant which is able to differentiate products from competitors and implement the function of packaging that have not been applied to the previous packaging, and ecofriendly merchandise as supporting media.

Keywords: logo, design of packaging, sekoteng.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat dari tahun ke tahun hingga saat ini. Ketua dari Kepala Badan Ekonomi Kreatif atau Bekraf mengungkapkan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia cukup pesat dan mampu memberikan kontribusi kepada pertumbuhan ekonomi nasional. Bekraf menyebutkan bahwa kinerja ekonomi kreatif naik sekitar 100 triliun rupiah pada periode 2015 - 2018 dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto atau PDB lebih tinggi dari pertumbuhan PDB itu sendiri yaitu sekitar 1,105 triliun rupiah. Salah satu dari 16 faktor ekonomi kreatif tersebut adalah kuliner (Katrina & Satyagraha, 2019). Perkembangan kuliner sendiri di Indonesia tidak kalah pesat, berdasarkan data dari Asosiasi Perusahaan Jasaboga Indonesia atau APJI tahun 2018, sektor makanan dan minuman memberikan kontribusi tertinggi yaitu 12,7% pada tahun tersebut (Trihendrawan, 2019).

Sedangkan di Kota Malang, berdasarkan analisa data dari Rapat Refleksi Akhir Tahun Ekonomi Indonesia dan Rapat Akbar Ikatan Senat Mahasiswa Ekonomi Indonesia (ISMEI) mengungkapkan bahwa pertumbuhan ekonomi Kota Malang pada akhir tahun 2018 tersebut sebesar 5,61% lebih besar dari pada angka dari Jawa Timur yaitu 5,55%. Pertumbuhan ekonomi Kota Malang tersebut dibantu oleh perkembangan industri ekonomi kreatif dan salah satunya adalah kuliner (Permana, 2018). Salah satu jenis minuman yang terdapat pada rumah makan dan kedai yang cukup digemari oleh orang karena khasiat dan manfaatnya adalah jenis minuman tradisional seperti jamu, angkle, ronde, sekoteng dan masih banyak lagi karena minuman

tradisional diyakini masih berbahan dasar alami, selain itu minuman tradisional juga memiliki banyak manfaat, seperti halnya sekoteng. Sekoteng Dolar David Product (HK) merupakan salah satu UKM di Kota Malang yang memproduksi minuman tradisional yaitu Sekoteng. Akan tetapi UKM ini memiliki beberapa kendala, diantaranya ialah kemasan dari UKM Sekoteng Dolar David Product (HK) yang kurang menarik dan kurang bisa melindungi produk dari paparan sinar matahari secara langsung, serta sedikit perbedaan tampilan diantara para kompetitornya yang menyebabkan calon konsumen salah memilih produk disertai dengan kompetitor yang menggunakan produk serta logo tiruan yang sangat mirip dengan produk Sekoteng Dolar David Product (HK) ini. Sehingga Sekoteng Dolar David Product (HK) membutuhkan desain kemasan yang mampu melindungi produk serta menerapkan fungsi kemasan yang belum diterapkan oleh kemasan lama dan logo baru yang dapat membedakan produk dengan kompetitor akan tetapi memiliki identitas yang masih dapat dikenali.

TINJAUAN PUSTAKA

Nurif & Mukhtar (2015) dalam judul “Peranan *Packaging* Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen”, tujuan perancangan ini adalah untuk mengetahui peran kemasan, fungsi kemasan, pemberian label, faktor-faktor pada kemasan yang tentunya berkaitan dengan peningkatan hasil produksi terhadap konsumen. Dari artikel ilmiah tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Kemasan yang baik dan menarik dapat menarik perhatian konsumen dan melakukan promosi secara tidak langsung. 2) Kemasan yang baik dan menarik dapat meningkatkan laba perusahaan, 3) Kemasan memberikan nilai identitas kepada produk tersebut.

Christy dan Ellyawati (2014) dalam judul “Pengaruh Desain Kemasan (*packaging*) pada *Impulsive Buying*”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain kemasan (*packaging*) pada *impulsive buying*. Dari artikel ilmiah tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Desain kemasan (desain grafis, struktur desain, informasi produk) secara simultan mampu memprediksi perubahan *impulsive buying*. 2) Setiap dimensi desain kemasan yaitu, desain grafis, struktur desain, dan informasi produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada *impulsive buying*. 3) Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada variabel desain kemasan (desain grafis, struktur desain, informasi produk) dan *impulsive buying* berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan usia.

Hidayat (2011) dalam judul “Tinjauan Kognisi Desain Produk Kemasan Sebagai Unsur Identitas Budaya Populer Atas Produk Kemasan Makanan Industri Kecil

Menengah (IKM)”, tujuan dari penelitian ini adalah tinjauan kognisi desain produk kemasan sebagai unsur identitas budaya populer atas produk kemasan makanan. Dari artikel tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) selain dari sebuah pelindung produk sebuah desain pada kemasan tersebut juga memberikan informasi kepada calon pembeli dan kemasan tersebut memiliki sifat kemampuan menganjurkan keputusan pembelian kepada konsumen atau bersifat *persuatif*.

Erviana dan Soegoto (2017) dalam judul “Analisis Pengaruh Desain Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Saripohatji Di Bandung”, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari desain kemasan dan citra merek sebagai variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y). Dari artikel tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Desain kemasan dapat memberikan citra pada merek suatu produk yang menentukan produk tersebut baik atau tidaknya yang berpengaruh kepada keputusan pembelian produk pada konsumen. 2) Pengaruh desain kemasan terhadap suatu merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Januariyansyah (2018) dalam judul “Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien”, membahas aturan-aturan dalam pembuatan logo berdasarkan ketentuan-ketentuan dari desain visual mulai dari definisi arti logo itu sendiri menurut beberapa ahli, kemudian fungsi-fungsi logo menurut para ahli, jenis-jenis logo, syarat-syarat logo menurut para ahli, kemudian membahas elemen-elemen desain, prinsip desain, serta tipografi yang digunakan. Dari artikel tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Pengenalan terhadap fungsi logo. 2) Syarat-syarat pembuatan logo yang baik. 3) Mengetahui jenis-jenis logo.

Said (2017) dalam judul “Mendesain Logo” Tujuan pada penelitian ini adalah untuk memahami cara membuat desain logo yang efektif dalam mempresentasikan sebuah perusahaan secara tidak langsung kepada konsumen, selain itu juga membahas mengenai fungsi logo, jenis-jenis logo, makna suatu logo, proporsi dan dimensi dalam membuat logo tersebut, dan penggunaan warna. Dari artikel ilmiah tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Logo yang baik memiliki proporsi atau dimensi yang sudah di ukur sehingga terlihat lebih estetik. 2) Warna juga memiliki pengaruh yang besar terhadap suatu merek akan tetapi lebih baik jika logo yang dibuat dengan tidak banyak macam varian warna sehingga terlihat lebih simpel dan mudah untuk diingat.

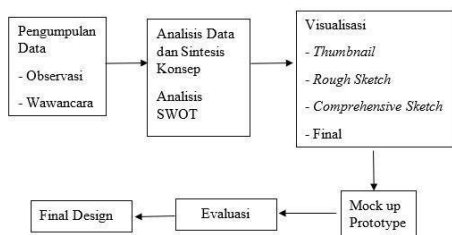
Kurniawan (2017) dalam judul “Strategi Perubahan Logo Dan Pengaruhnya Terhadap *Brand Image*” Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perubahan logo terhadap brand image suatu perusahaan, dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif

kuantitatif, dan pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kuantitatif, variabel yang digunakan yaitu lambang, warna dan tipografi, data yang digunakan yaitu melalui penyebaran angket dan media masa maupun elektronik. Dari artikel ilmiah tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Penerapan lambang memiliki pengaruh yang besar terhadap suatu merek. 2) Warna juga memiliki pengaruh yang besar terhadap suatu merek. 3) Tipografi merupakan hal terpenting dalam pencapaian suatu informasi secara langsung kepada konsumen yang harus diperhatikan.

Luzar & Monica (2011) dalam judul “Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan”. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui, 1) Fungsi dari warna. 2) Jenis-jenis warna. 3) Simbolis warna beserta sifat warna. Dari artikel ilmiah tersebut, didapatkan masukan bagi perancangan yang dilakukan berupa : 1) Fungsi dari warna. 2) Jenis-jenis warna. 3) Simbolis warna beserta sifat warna. Selain penggunaan jurnal ilmiah, dalam perancangan ini juga menggunakan beberapa buku teori dan referensi untuk mendukung perancangan yaitu desain kemasan, dan logo.

METODE PERANCANGAN

Perancangan desain kemasan dan logo Sekoteng Dolar David Product (HK) menggunakan metode perancangan kualitatif dengan alur perancangan yaitu yang pertama pengumpulan data berupa observasi dan wawancara, analisis data dan sintesis konsep menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*), dan setelah mendapatkan hasil maka dilanjutkan dalam tahap visualisasi yang akan menghasilkan *mockup* dan dilakukan evaluasi jika ada untuk mendapatkan *final design*. Proses visualisasi sendiri dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pembuatan *thumbnail, rough sketch, comprehensive sketch, mockup*, dan *final design*.



Gambar 1. Bagan Metode Perancangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan dan Analisis Data

Untuk merancang desain kemasan dan logo Sekoteng Dolar David Product (HK), pengumpulan data yang digunakan untuk perancangan ini yaitu data-data yang didapatkan dengan cara observasi ke tempat Sekoteng

Dolar David Product (HK) ini di pasarkan seperti di berbagai pusat pembelanjaan di Kota Malang. Setelah melakukan observasi tempat, data juga didapatkan melalui wawancara terhadap pemilik usaha mengenai kekuatan, kelemahan terhadap produknya. Selain observasi dan wawancara, juga dilakukan analisa melalui metode SWOT yang diperuntukan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada produk Sekoteng Dolar David Product (HK) yang dapat menjadi acuan dalam perancangan ini.

4.2 Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dalam wawancara terhadap pemilik perusahaan, dan observasi secara langsung terhadap kompetitor serupa di lapangan dimana Sekoteng Dolar David Product (HK) ini dipasarkan, data yang terkumpul kemudian dilanjutkan pada analisa data SWOT dengan melakukan penelitian pada lingkup internal dan eksternal perusahaan untuk menentukan analisa Matriks SWOT. Setelah melakukan analisa Matriks SWOT maka ditemukan strategi SWOT yang akan digunakan untuk mengatasi masalah Sekoteng Dolar David Product (HK).

Strategi yang digunakan adalah WT (*Weakness-Threads*) yaitu dengan mengatasi kelemahan yang ada pada Sekoteng Dolar David Product (HK) seperti kemasan yang kurang menarik dan kurang meyakinkan konsumen sehingga menjadi kekuatan dengan membuat kemasan yang menarik dan meyakinkan sehingga membangun kepercayaan konsumen. Kemudian menghindari ancaman dari kompetitor yang memiliki logo serupa dengan cara merubah logo Sekoteng Dolar David Product (HK), sehingga membuka peluang Sekoteng Dolar David Product (HK) untuk bersaing dengan kompetitor di pasaran.

4.3 Sintesis Konsep Perancangan

Perencanaan tata desain akan dirancang dan disesuaikan dengan target audiens dari Sekoteng Dolar David Product (HK). Target audiens dari perusahaan ini cukup luas, sehingga akan menggunakan gaya desain yang sederhana agar mudah dimengerti bagi semua gender dan kalangan usia. Gaya desain sederhana akan diterapkan pada pemilihan jenis *font*, konsep perancangan desain kemasan dan pada perancangan logo dengan tidak menggunakan elemen yang akan mengganggu mata konsumen untuk menangkap informasi yang ingin disampaikan melalui media yang dirancang. Selain itu, pembuatan merchandise akan mengusung tema ramah lingkungan yang mengangkat nilai kealamian bahan yang dijamin oleh Sekoteng Dolar David Product (HK) dalam produk-produknya. Tahap perancangan akan dimulai dengan penentuan konsep perancangan. Berdasarkan nilai-nilai utama yang dimiliki oleh Sekoteng Dolar David Product (HK) dari hasil analisa dan pengamatan penulis, maka nilai yang hendak di angkat

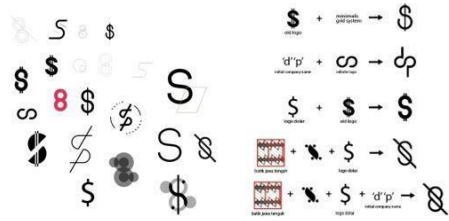
adalah kualitas dan rasa Sekoteng Dolar David Product (HK). Pembuatan logo dan kemasan akan dibuat dengan tema gaya desain yang sama agar kedua hal tersebut terhubung satu dengan yang lainnya. Dalam pembuatan desain kemasan dan logo pada Sekoteng Dolar David Product (HK), gaya desain yang akan diterapkan menggunakan gaya desain minimalis. Gaya desain minimalis merupakan gaya desain yang sedang trend abad ini dan gaya ini akan terus diterapkan hingga kedepannya atau *timeless*. Gaya desain ini dibuat dengan menghilangkan elemen, elemen desain yang tidak perlu dan memfokuskan kepada elemen-elemen yang penting (Yana, 2020). Penggunaan gaya minimalis yang simple dan sederhana terhadap pembuatan logo akan membuat logo tersebut mudah di ingat oleh konsumen, seperti halnya salah satu dari syarat pembuatan logo adalah logo tersebut mudah di ingat atau *memorable* (Januariyansyah ,2018). Konsep perancangan logo dan desain kemasan dari Sekoteng Dolar David Product (HK) yang menggunakan gaya desain minimalis akan memberikan kesan simple dan elegan yang mencerminkan Sekoteng Dolar David Product (HK) yang banyak pilihan rasa, kemudian menggunakan bahan dasar yang berkualitas sehingga produk tersebut *premium* dan di kelas harganya yang terjangkau. Kemudian pembuatan *merchandise* seperti totebag, tumbler, sedotan *setainless stell*, gelas, kantong berbahan dasar kulit, paperbag yaitu dengan menggunakan tema ramah lingkungan yang memberikan kesan Sekoteng Dolar David Product (HK) merupakan produk dengan bahan dasar alami tidak menggunakan bahan kimia.

4.4 Visualisasi Desain

Pengerjaan perancangan ini dimulai dengan pembuatan logo, yang kemudian dilengkapi dengan perancangan buku GSM atau *Graphic Standard Manual* yang bertujuan sebagai saran dan aturan dalam penggunaan logo kedepannya unuk perusahaan, dan logo yang diterapkan konsisten dalam berbagai media. Selanjutnya dilakukan perancangan terhadap kemasan Sekoteng Dolar David Product (HK) yaitu kemasan primer, sekunder dan tersier, sesuai dengan varian rasa yang dimiliki oleh Sekoteng Dolar David Product (HK) yaitu, tangkue, kacang, original, gula jahe dan kemasan paket atau *all in one*.

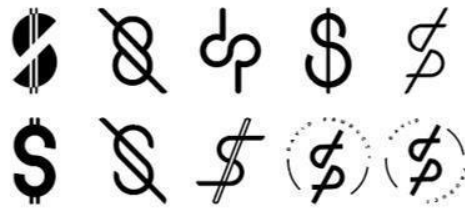
4.4.1 Logo

Dalam proses pembuatan *thumbnail* dilakukan *brainstorming* terhadap segala macam bentuk yang mewakili logo Sekoteng Dolar David Product (HK). Kemudian merealisasi sebagian ide-ide yang muncul saat proses *brainstorming*, yang selanjutnya akan dilakukan penyatuan ide dan akan dilanjutkan menjadi *rough sketch*.



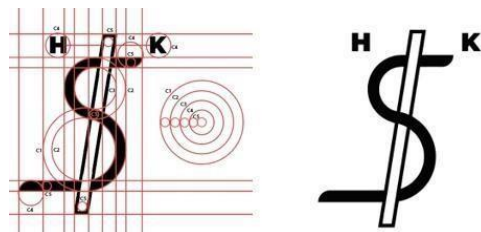
Gambar 2. Thumbnail Logo

Kemudian dilanjutkan ke tahap *rough sketch* yaitu merupakan tahap realisasi ide - ide yang ada di tahap sebelumnya yaitu *thumbnail*, dengan mempertimbangkan beberapa makna yang tercantum didalamnya.



Gambar 3. Rough Sketch Logo

Comprehensive sketch, dalam tahap ini dilakukan pemilihan terhadap logo yang sudah dibuat sebelumnya dalam tahap *rough sketch* dan logo tersebut paling mampu mewakili Sekoteng Dolar David Product (HK) dan telah di bantu oleh *grid system* dalam pembuatannya, sehingga proporsi logo yang dihasilkan lebih rapi dan detail secara ukuran dan dimensi.



Gambar 4. Comprehensive Logo

Logogram yang sudah dibuat tersebut kemudian dilengkapi dengan *logotype* untuk melengkapi identitas dari Sekoteng Dolar David Product (HK).



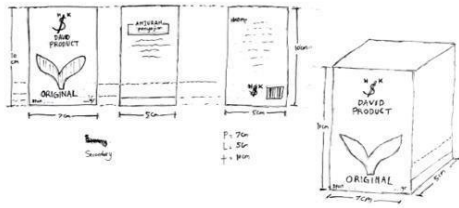
Gambar 5. Logo Final

4.4.3 Graphic Standard Manual

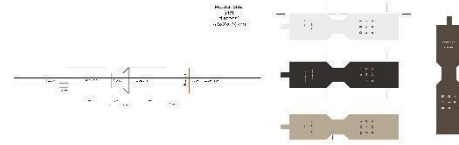
Buku GSM merupakan buku yang berisikan tentang panduan, cara pembuatan, serta aturan dalam menggunakan dan pengaplikasian logo bersama elemen visual yang lainnya untuk diterapkan ke dalam suatu media tertentu. Tujuan dari dibuatnya buku GSM ini untuk konsistensi penggunaan logo dalam berbagai macam media. hingga identitas dari perusahaan Sekoteng Dolar David Product (HK) tidak berubah-ubah dan mudah untuk diingat konsumen.

Tabel 1. List Corporate Identity System

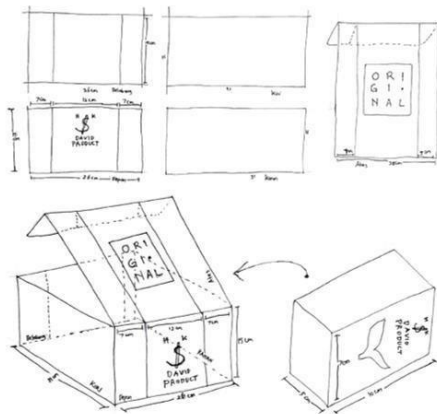
Halaman	Judul	Keterangan
-	<i>Table of Content</i>	Daftar isi
1	<i>David Product Company</i>	Pengenalan terhadap perusahaan
2	<i>Logo Concept</i>	Konsep logo
3-5	<i>Logo Construction</i>	Grid system yang ditetapkan dalam logogram dan logotype
6	<i>The Meaning of the Logo</i>	Arti dalam logogram dan semua elemen yang ada dalam logo.
7	<i>Logo Configuraton</i>	Panduan tepat mengenai pemilihan warna pada logo dalam berbagai media



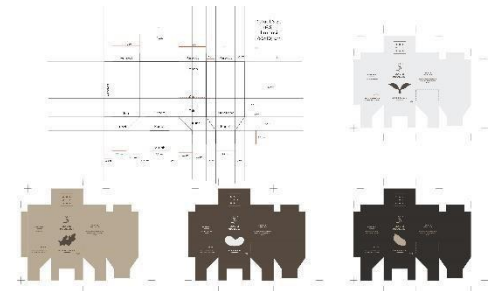
Gambar 8. *Rough Sketch Kemasan Primer* Sekoteng Dolar David Product (HK)



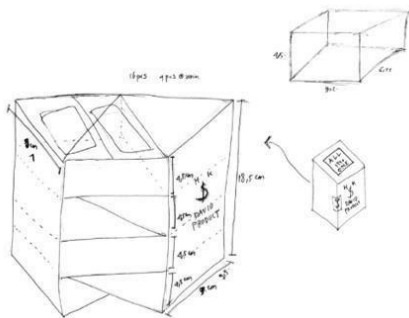
Gambar 11. *Comprehensive Sketch Kemasan Primer* Sekoteng Dolar David Product (HK)



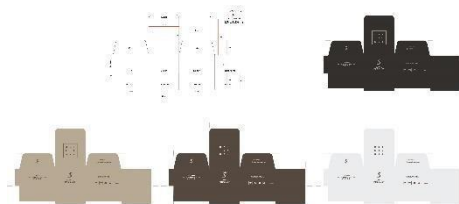
Gambar 9. *Rough Sketch Kemasan Tersier* Sekoteng Dolar David Product (HK)



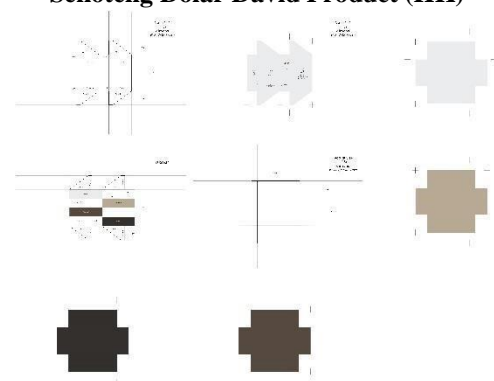
Gambar 12. *Comprehensive Sketch Kemasan Sekunder* Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 10. *Rough Sketch Kemasan All in One* Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 13. *Comprehensive Sketch Kemasan Tersier* Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 14. *Comprehensive Sketch Kemasan All in One* Sekoteng Dolar David Product (HK)

Setelah tahap *Rough Sketch*, didapatkan hasil berupa gamabaran jelas sebagai panduan mengenai kemasan yang akan dikerjakan kedepannya dalam tahap pembuatan *comprehensive sketch*. Pada tahap ini pembuatan sketsa dilakukan secara digital, dan lebih terukur, tertata dengan bantuan skala dan *grid system*. Dari proses pengerjaan pada tahap ini didapatkan hasil berupa ukuran pasti pola kemasan dan penerapan pada setiap varian rasa.

Setelah pembuatan *comprehensive sketch*, maka didapatkan hasil akhir dari kemasan yang sudah *final* dan siap untuk digunakan. Pola kemasan yang sudah diproduksi, akan dibuat *mockup* sehingga lebih memudahkan perusahaan untuk perakitan kemasan kedepannya.

KESIMPULAN



Gambar 15. Mckup Kemasan Primer Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 16. Mckup Kemasan Sekunder Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 17. Mckup Kemasan Tersier Sekoteng Dolar David Product (HK)



Gambar 18. Mckup Kemasan All in One Sekoteng Dolar David Product (HK)

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun hingga saat ini, terutama di bagian industri ekonomi kreatif. Peningkatan yang terbesar dalam industri ekonomi kreatif berasal dari kuliner, yaitu restoran, kafe, dan kedai. Pertumbuhan yang terjadi menandakan banyak orang yang menggemari kuliner di Indonesia, dengan demikian tercipta peluang yang cukup baik bagi pemilik industri kuliner untuk lebih menggiatkan usahanya tersebut sehingga terjadi peningkatan laba. Sekoteng Dolar David Product (HK) merupakan salah satu UKM atau Usaha Kecil Menengah di Kota Malang yang menjual produk minuman tradisional yaitu sekoteng. Produk Sekoteng Dolar David Product (HK) merupakan produk yang dapat dikonsumsi oleh segala usia, akan tetapi target market dari Sekoteng Dolar David Product (HK) adalah anak muda dan rumah tangga yang menyukai minuman khas tradisional yang memiliki banyak manfaat, dengan rentang usia sekitar 17 tahun hingga 37 tahun. Perusahaan ini memiliki pendistribusian yang cukup baik di Kota Malang, akan tetapi terdapat beberapa kendala seperti kemasan yang kurang melindungi produk dan kompetitor yang melakukan plagiat logo perusahaan. Sehingga dari permasalahan tersebut perusahaan membutuhkan logo baru yang mampu membedakan produk dengan produk kompetitor, dan kemasan baru yang dapat melindungi produk dengan baik serta mempromosikan produk secara tidak langsung. Proses perancangan ini dilakukan dengan metode kualitatif yaitu, proses pengumpulan data dilakukan langsung di lapangan sehingga perancangan dapat lebih spesifik dan objektif. Pengumpulan data yang didapatkan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara secara langsung terhadap pemilik perusahaan Sekoteng Dolar David Product (HK). Dari data yang telah dikumpulkan akan dianalisa menggunakan teknik analisis SWOT, tujuan penggunaan teknik analisa SWOT adalah untuk merumuskan strategi baru berindikasikan faktor yang mempengaruhi Sekoteng Dolar David Product (HK) dari luar maupun dari dalam. Kemudian dilakukan pembuatan *brief* agar proses yang dilakukan searah dengan tujuan awal, dan lebih efektif.

Perancangan ini dimulai dari pembuatan logo baru Sekoteng Dolar David Product (HK). Logo merupakan gambaran visual nama suatu perusahaan, sehingga dengan mengingat logo saja maka *audience* akan menangkap langsung nama perusahaannya. Dengan adanya plagiasi terhadap logo Sekoteng Dolar David Product (HK) oleh kompetitor, maka pembuatan logo dirasa menjadi hal penting yang harus segera dilaksanakan. Setelah itu, dilanjutkan dalam proses pembuatan buku GSM atau yang biasanya disebut *Graphic Standard Manual*, dimana didalam buku tersebut menjelaskan tentang latar belakang perusahaan secara singkat, kemudian proses pembuatan logo, hingga penggunaan *color palette*, dan *brand identity*. Selanjutnya perancangan dilanjutkan untuk merancang desain kemasan Sekoteng Dolar David Product (HK), perancangan kemasan

didasari karena kemasan yang digunakan dinilai masih belum maksimal dalam penerapannya. Desain kemasan yang dibuat, dirancang dengan konsep gaya desain yang sama sebelumnya tercantum dalam *brief*.

Hasil akhir dari perancangan ini berupa, logo baru yang telah dibuat dengan buku GSM (*Graphic Standard Manual*), sebagai panduan bagi perusahaan untuk pedoman penggunaan logo kedepannya, kemudian desain kemasan Sekoteng Dolar David Product yang terdiri dari 4 macam varian rasa yaitu original, tangkue, kacang, dan gula jahe serta 1 buah kemasan paket/ *All in One* dan *merchandise* sebagai media pendukung.

DAFTAR PUSTAKA

Satyagraha dan Katriana. 2019, 'Bekraf; Perkembangan Industri Kreatif Cukup Pesat', *antaranews*, diakses pada tanggal 5 Februari 2020,

<https://www.antaranews.com/berita/831360/bekrafperkembanganindustri-kreatif-cukup-pesat>

Trihendrawan, N. 2019, 'Sektor Kuliner Indonesia Tumbuh 12,7%', *SindoNews.com*, diakses pada tanggal 5 Februari 2020, <https://ekbis.sindonews.com/read/1388028/34/sektorkulinerindonesia-tumbuh-127-1552972400>

Permana, R.W. 2018, 'Industri Ekonomi Kreatif Jadi Tulang Punggung Ekonomi Kota Malang' *merdeka.com*, diakses pada tanggal 5 Februari 2020, <https://m.merdeka.com/malang/kabar-malang/industri-ekonomikreatif-jadi-tulangpunggungekonomi-kota-malang-181130u.html>

Merisa, C. 2017, 'Sekoteng Ternyata Merupakan Minuman Asal Tiongkok' *bobo.id*, diakses pada tanggal 19 Februari 2020, <https://bobo.grid.id/read/08679790/sekotengternyata-merupakanminuman-asal-tiongkok>

Pidjar, 2018, 'Enam Manfaat Sekoteng Bagi Tubuh' *pidjar.com*, diakses pada tanggal 22 Februari 2020, <https://pidjar.com/enam-manfaatsekoteng-bagitubuh/2137/>

Aryanta, W.R. 2019, Manfaat Jahe Untuk Kesehatan, *Jurnal Widya Kesehatan*, 1(2) pp. 39-43

Klimchuk, M. R. dan Krasovec, S. A. 2007, *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, Erlangga, Indonesia

Nurif, M. dan Mukhtar, S. 2015, Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen, *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2) pp. 181-191

Christy, P. dan Ellyawati, J. 2015, Pengaruh Desain Kemasan (*packaging*) pada *Impulsive Buying*, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, pp. 1-14

Hidayat, M.J. 2011, Tinjauan Kognisi Desain Produk Kemasan Sebagai Unsur Identitas Budaya Populer Atas Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah (IKM), *Jurnal Kawistara*, 1(3) pp. 244-256

Erviana, A. dan Soegoto, D.S. 2017, Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Saripohatji di Bandung, *JIMM Unikom*, 3(1) pp. 21-29

Januariyansyah, S. 2018, Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif dan Efisien

Said, A.A. 2017, Mendesain Logo, *Tanra*, 6(3) pp. 1-10

Kurniawan, T. 2017, Strategi Perubahan Logo Dan Pengaruhnya Terhadap *Brand Image*, *Jurnal Media Mahardhika*, 15(3) pp. 320-330

Luzar, L. C. dan Monica. 2011 Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan, *Humaniora*, 2(2) pp. 1084-1096

Said, A.A. 2016, *Desain Kemasan*, Badan Penerbit UNM, Makassar

Roncarelli, S. dan Ellicott, C. 2010, *Packaging Essentials*, Rockport Publisher, United States

Douglas, S. 2011, *The Guide to Great Logos*, The Logo Factory

Raco, J.R. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, PT Grasindo, Jakarta

Rangkuti, F. 2011, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, PT. Gramedia, Jakarta