

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
RE-DISAIN TAMPILAN LABEL KEMASAN
PRODUK TISSUE BASAH MITU BABY DAN MEDIA
PENDUKUNGNYA**



KARYA DISAIN

**Oleh:
Fatchul Mudjib**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2003**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
RE-DISAIN TAMPILAN LABEL KEMASAN
PRODUK TISSUE BASAH MITU BABY DAN MEDIA
PENDUKUNGNYA**



KT002306

KARYA DISAIN

**Oleh:
Fatchul Mudjib**



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2003**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
RE-DISAIN TAMPILAN LABEL KEMASAN
PRODUK TISSUE BASAH MITU BABY DAN MEDIA
PENDUKUNGNYA**



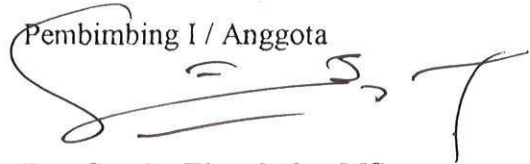
Oleh:
Fatchul Mudjib
NIM: 9610877023

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang
Disain Komunikasi Visual
2003**

Tugas Akhir Disain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL RE-DISAIN TAMPILAN LABEL KEMASAN PRODUK TISSUE BASAH MITU BABY DAN MEDIA PENDUKUNGNYA. Diajukan oleh Fatchul Mudjib. NIM : 9610877023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertahankan di depan tim penguji tugas akhir pada tanggal 12 November 2003 dan,
Dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing I / Anggota



Drs. Sumbo Tinarbuko, MSn

Nip. 131996634

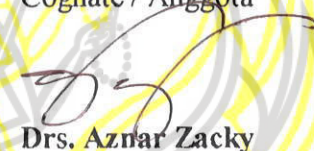
Pembimbing II / Anggota



Drs. Wibowo, MSn

Nip. 131661172

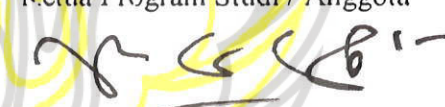
Cognate / Anggota



Drs. Aznar Zacky

Nip. 131474338

Ketua Program Studi / Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro

Nip. 131996632

Ketua Jurusan / Ketua / Anggota



Drs. M. Umar Hadi, MS

Nip. 131474284

Dekan Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sukarman

Nip. 130521245

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan rasa syukur terhadap Allah SWT karena Tugas Akhir ini berhasil penulis selesaikan walaupun sempat mundur dan mundur lagi. Memang terasa berat penulis rasakan karena Tugas Akhir ini dikerjakan berbarengan dengan tugas yang lain yaitu sambil bekerja. Penulis harus pintar-pintar membagi waktu dan “mencuri waktu”. Banyak sekali manfaat yang penulis petik salah satunya pendisiplinan diri karena harus dikejar deathline.

Penulis merasa berhutang budi dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Tuhanku Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya semoga membawa berkah bagi penulis pribadi khususnya.
- Kedua orangtua penulis, atas kasih sayang dan do'a restunya.
- Prof. Dr. I Made Bandem selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Drs. Sukarman selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Drs. Sumbo Tinarbuko selaku dosen pembimbing I, terimakasih atas saran, pesan dan bimbingannya.
- Drs. Wibowo selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas saran, pesan dan bimbingannya.
- Drs. Baskoro SB selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

- Drs. M. Umar Hadi, MS selaku Ketua jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia.
- Drs. Aznar Zacky selaku Cognate sidang ujian TA.
- Ibu Grace Rorong selaku pimpinan saya di PT. Globina Karya, terimakasih atas semua kemudahan yang diberikan.
- Ibu Eviana selaku Product Manager tissue basah Mitu Baby.
- Teman-teman lantai dua Djoned, Faisal, Sony, Edwin, mbak Ismi terimakasih atas bantuannya. Abi, Husni, Harjono, Final terimakasih atas bantuannya. Teman-teman di Yogyakarta Ahmad Nizam, Didik AW, Baktiono, Zamroni dan keluarga besar Diskom 96 (mata angin).
- Dan semua yang telah membantu baik moril maupun materiil sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis sadar bahwa karya Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Penilaian baik buruknya terhadap karya Tugas Akhir ini penulis serahkan kepada pembaca. Segala kritik dan saran yang ada merupakan pemicu untuk berkarya yang lebih baik di masa mendatang. Kurang lebihnya mohon maaf dan terimakasih.

Jakarta, Oktober 2003

Fatchul Mudjib

DAFTAR ISI

Halaman Judul I	i
Halaman Judul II	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vi
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	4
D. Metode Perancangan	5
E. Pola Dasar Perancangan	9
Bab II Identifikasi	10
A. Identifikasi data	10
1. Data Perusahaan	10
2. Spesifikasi produk	10
3. Data Pemasaran	13
B. Analisis Data	15
a. Strength (kekuatan)	15
b. Weakness (kelemahan)	16
c. Opportunity (peluang)	16

d. Threat (ancaman)	16
C. Kesimpulan	17
Bab III Konsep Disain	18
A. Sintesis	18
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran	18
a. Tujuan pemasaran	19
b. Strategi pemasaran	19
2. Tujuan dan Strategi Promosi	20
a. Tujuan promosi	20
b. Strategi promosi	21
3. Tujuan dan Strategi Periklanan	22
a. Tujuan Periklanan	23
b. Strategi Periklanan	23
B. Konsep Media	24
1. Tujuan Media	26
2. Strategi Media	27
a. Khalayak sasaran	27
b. Paduan Media	36
3. Program Media	36
4. Biaya Media	40
C. Konsep Kreatif	45
1. Tujuan kreatif	45
2. Strategi Kreatif	46

3. Program Kreatif	53
4. Biaya Kreatif	67
Bab IV Lay Out	75
A. Alternatif lay out	75
Bab V Penutup	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
Daftar Pustaka	92



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini persaingan antar produk semakin ketat. Produk satu dengan produk yang lainnya saling berlomba untuk memberikan yang terbaik buat konsumennya. Mereka tidak hanya berlomba dalam promosi lewat iklan, tapi juga berlomba lewat bentuk kemasan dan disain tampilan kemasan.

Dengan tampilan kemasan yang lebih baik mereka berharap dapat menaikkan omset penjualan dan memenangkan persaingan yang sangat ketat. Produk Mitu Baby adalah salah satu yang ikut meramaikan persaingan tersebut. Dan untuk memenangkan persaingan itu tentu tidak mudah. Kualitas produk yang bagus dan promosi yang gencar bukan jaminan untuk memenangkan persaingan tersebut karena dengan disain tampilan kemasan yang menarik juga bisa menentukan jadi tidaknya produk dibeli.

Dikalangan perusahaan industri dewasa ini, dituntut untuk meningkatkan kreatifitas khususnya dalam perencanaan dan perancangan disain tampilan kemasannya. Hal ini tentu memacu perkembangan dalam bidang disain grafis, karena dengan bentuk disain yang komunikatif dan menarik tentu akan mempengaruhi sikap dari calon pembeli.

Sebagai produsen tissue basah Mitu Baby, PT. Globina Karya juga dituntut untuk menyajikan yang terbaik buat konsumennya. Bukan hanya kualitas produk yang harus diperbaharui tapi juga kualitas kemasan dan tampilan kemasannya juga perlu

ditingkatkan guna menghadapi persaingan yang begitu ketat dan membanjirnya produk-produk sejenis dari kompetitor. Sebab dengan kualitas yang baik akan mengangkat citra produk itu sendiri. Seperti pepatah “ The product is the package “. Sehingga dalam hal ini bila dari pihak produsen tidak bisa meningkatkan kualitas produknya, maka mereka menaikkan kualitas kemasannya maupun disain tampilan kemasannya. Dalam pengertian suatu kemasan haruslah mempunyai nilai estetik yang terkandung dalam bentuk maupun disain grafis kemasannya yang mencerminkan tentang ciri, jenis, dan sifat barang yang dikemas. Namun demikian bukan berarti bahwa suatu disain tampilan kemasan harus mengecoh konsumen tentang produk yang dikemas sehingga konsumen terperdaya. Karena pada dasarnya fungsi utama dari tampilan kemasan adalah memberikan informasi tentang produk didalamnya. Seperti dikatakan oleh A. D. Pirous :

...Kemasan dituntut untuk memiliki daya tarik yang lebih besar dari barang yang dikemas didalamnya. Keberhasilan daya tarik kemasan, ditentukan oleh estetik yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan bentuk kemasan, karena pada dasarnya nilai estetik harus terkandung dalam keserasian antara bentuk dan penataan disain grafis, tanpa melupakan kesan, jenis, ciri, dan sifat barang yang diproduksi.¹

Demikian juga pada produk Mitu Baby yang mengalami penurunan pada penjualan, tentunya harus memperhatikan strategi perancangan pada tampilan kemasannya agar tidak kalah dalam persaingan antar produk sejenis.

PT.Globina Karya sebagai produsen Mitu Baby sangat menyadari hal ini, sebagai salah satu langkah kongkritnya adalah melakukan re-disain pada tampilan label kemasannya. Khususnya pada produk tissue basah Mitu Baby. Re-disain dilakukan karena fakta yang menunjukkan bahwa angka penjualan produk Mitu Baby

¹ A. D. Pirous, Disain Grafis kemasan, (Makalah Simposium Disain Grafis, FSRD ISI Yogyakarta), p. 15

mengalami penurunan, juga laporan dari pihak marketing reseach yang melakukan penelitian terhadap para konsumen pemakai tissue basah, ternyata disain tampilan kemasan Mitu Baby sebelum dire-disain (terlampir), mempunyai kesan kuno, kurang modern dan belum memberi kesan wangi. Menanggapi hal tersebut maka dilakukanlah suatu langkah-langkah terobosan diantaranya melakukan re-disain pada tampilan label kemasannya.

B. Rumusan Masalah

Produk Mitu Baby merupakan produk leader market untuk jenis tissue basah. Dan untuk menjaga brand image yang telah kuat tertanam dibenak konsumen, maka diperlukan suatu tatanan marketing yang kuat dan spesifik pula. Untuk mendukung pemasarannya perlu dirumuskan perencanaan promosi. Salah satunya perencanaan dan perancangan disain tampilan label kemasan yang baik, menarik dan diharapkan berhasil menaikkan penjualan.

Produk Mitu Baby saat ini mengalami penurunan dalam penjualan. Hal ini disebabkan karena tampilan label kemasan produk Mitu Baby yang terkesan kuno dan belum ada kesan wangi. Juga adanya pesaing baru yang tampilan kemasannya lebih menarik dan “ menjanjikan “.

Menyikapi hal tersebut maka PT. Globina Karya melakukan langkah-langkah terobosan yaitu :

- Bagaimana membuat re-disain tampilan label kemasan Mitu Baby seperti yang diharapkan yaitu memberi kesan modern dan kesan wangi pada tampilan labelnya.

Membuat media pendukung untuk kegiatan promosi produk Mitu Baby.
(perancangan disain kali ini lebih ditekankan pada re-disain tampilan label kemasan produk Mitu Baby).

C. Tujuan Perancangan

Semakin pesatnya perkembangan dunia ekonomi, kemajuan teknologi, penemuan produk baru, memungkinkan selera masyarakat semakin selektif. Maka terjadinya persaingan antar produsen dalam bidang pemasaran adalah suatu hal yang lumrah, sehingga persaingan ini memacu pihak produsen supaya mencari teknik serta langkah baru dalam pemasaran produknya.

Langkah baru itu diantaranya perancangan tampilan kemasan yang baik dengan harapan membangkitkan minat calon pembeli. Karena suatu kemasan merupakan komunikator bagi produk, tentunya suatu kemasan juga mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian, memenuhi kebutuhan konsumennya tentang informasi, dapat pula memberikan gambaran tentang hasilnya apabila konsumen mengkonsumsi produk yang dikemas, serta memberikan motivasi untuk bertindak.

Dan tujuan dari perancangan itu :

1. Menciptakan bentuk disain tampilan label kemasan yang sesuai dengan karakter produk agar timbul kesan wangi, tidak kuno, dan modern.
2. Menjaga image positif yang telah tertanam dibenak konsumen sehingga mereka tetap setia menggunakan produk Mitu Baby.
3. Memberikan prestise kepada konsumen pembelinya.

4. Memperoleh konsep dan perancangan tampilan kemasan yang komunikatif, persuasif, artistik dalam rangkaian perancangan tampilan label kemasan produk tissue basah Mitu Baby.



Tampilan Produk Mitu Baby sebelum di re-disain

D. Metode Perancangan

Untuk mencapai tujuan tersebut diatas, maka diperlukan beberapa tahap perancangan yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penulisan konsep perancangan ini disusun sehingga tercipta cara kerja yang sistematis untuk

memudahkan suatu pelaksanaan kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.

Penjelasan mengenai langkah-langkah perancangan tersebut yaitu :

1. Persiapan, dalam arti berupa pengumpulan dan pengolahan data. Data yang dikumpulkan meliputi:

- a. Data produk, meliputi posisi produk, karakteristik produk, tujuan produk.
- b. Data lapangan, meliputi keadaan pasar, spesifikasi dan karakter sasaran dan kondisi pesaing.

Pengolahan data adalah merupakan analisis untuk membuat kesimpulan yang selanjutnya akan digunakan sebagai rumusan untuk menetapkan setiap pembuatan disain tampilan kemasan dan bentuk media pendukungnya.

2. Perencanaan, adalah pembuatan suatu konsep komunikasi yang berhubungan dengan re-diasain tampilan kemasan yang meliputi perancangan kreatif atas dasar analisis yang telah dilakukan pada persiapan.

Perencanaan kreatif merupakan suatu pembahasan dalam rangka menetapkan pokok-pokok pikiran untuk isi pesan dan bentuk pesan yang akan digunakan secara umum dalam pembuatan disain tampilan kemasan yang meliputi ilustrasi, warna, teks dan elemen-elemen visual lainnya. Berdasarkan jenis produk, karakteristik produk dan khalayak yang dituju,

maka dapat ditentukan bentuk disain tampilan kemasan yang bagaimanakah yang paling cocok.

3. Perancangan, merupakan kelanjutan dari pembahasan kreatif bab sebelumnya, tetapi khusus pembuatan disain kemasan. Dengan demikian perancangan ini terdiri dari :

a. Program pembuatan disain label kemasan.

Dalam kemasan, tampilan kemasannya yang terdiri dari simbol, warna, teks, maupun tipografinya memberikan gambaran yang jelas tentang produk yang dikemas. Maya Ananda memberikan pendapat tentang hal ini sebagai berikut :

...membuat pembungkus jangan asal ada, tetapi memiliki mutu yang baik. Karena mutu pembungkus yang baik akan memberikan kesan yang baik pula terhadap isinya. Cetakan yang digunakan, warna yang dipakai, disain grafisnya haruslah serba baik dan rapi, sebab ketidakrapihan yang melekat pada pembungkus akan menimbulkan prasangka jelek pada isinya.²

Disini disebutkan bahwa suatu kemasan melalui disain grafisnya akan memberikan kesan tertentu terhadap konsumennya. Menyadari bahwa tampilan kemasan menyandang peran yang sangat penting sebagai penterjemah dari barang (produk) yang bisu dan juga menyandang penilaian mutu dari kemampuannya.

b. Studi layout

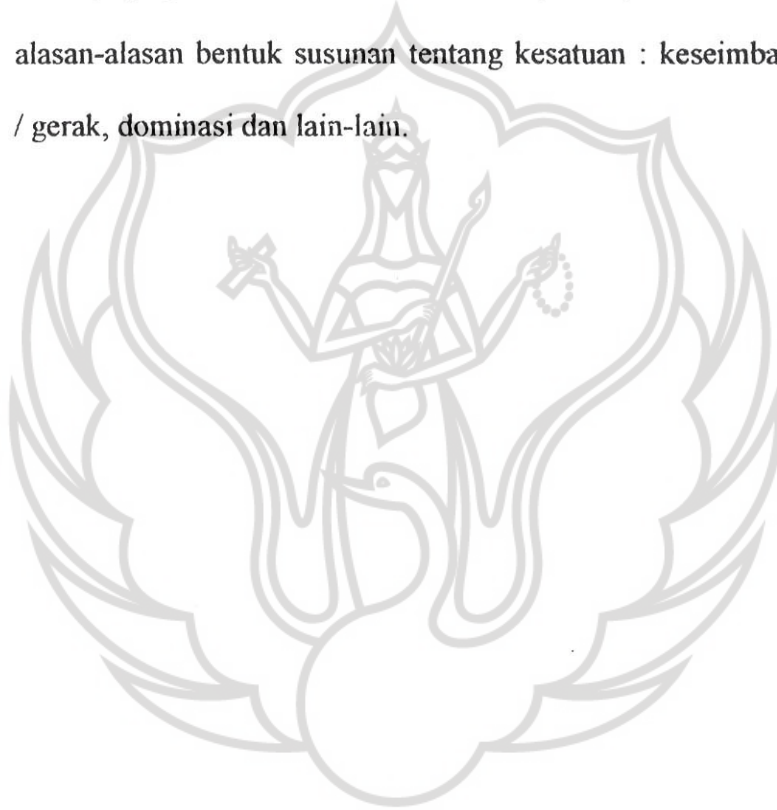
Membahas tentang posisi pembuatan tata letak melalui berbagai studi

² Maya Ananda, *Seni Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*, (Jakarta, 1978), p. 24

menyangkut bentuk, warna, tipografi, ilustrasi serta komposisi sampai memperoleh yang paling tepat dan artistik.

c. Pelaporan hasil disain akhir

Membahas tentang disain tampilan kemasan disertai deskripsi aspek visual menyangkut alasan atau pertanggungjawaban tentang ilustrasi, warna, tipografi dan elemen visual lainnya. Aspek artistik menyangkut alasan-alasan bentuk susunan tentang kesatuan : keseimbangan, irama / gerak, dominasi dan lain-lain.



POLA DASAR PERANCANGAN

