

**REDESAIN KEMASAN *CHOCOLATE MONGGO* UNTUK  
PRODUK ANAK - ANAK**



**Perancangan**

**ARUS CHRISTOTO**

**NIM. 1310057124**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

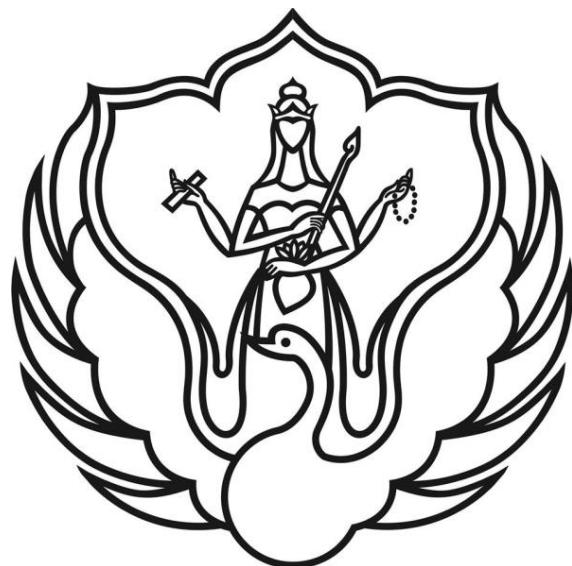
**JURUSAN DESAIN**

**FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2020**

**TUGAS AKHIR**  
**REDESAIN KEMASAN *CHOCOLATE MONGGO* UNTUK**  
**PRODUK ANAK - ANAK**



**Perancangan**

**ARUS CHRISTOTO**

**NIM. 1310057124**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2020**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**REDESAIN KEMASAN CHOCOLATE MONGGO UNTUK PRODUK ANAK - ANAK** Diajukan oleh Arus Christoto, NIM 1310057124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi : 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 8 Januari 2020 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn.

NIP. 19671116 199303 1 001/NIDN 0016116701

Pembimbing II/ Anggota

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19810615 201404 1 001/NIDN 0015068106

Cognate/ Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP. 19570318 198703 1 002/NIDN 0018035702

Ketua Program Studi DKV/ Anggota

Indina Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19720909 200812 1 001/NIDN 0009098410

Ketua Jurusan Desain/ Ketua

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1002/NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



F.Dr. Shastriwi, M.Des.

NIP. 1959082 198803 2 002/NIDN 0015037702

“Terjadilah padaku menurut perkataan-Mu”

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Arus Christoto  
NIM : 1310057124  
TTL : Salatiga, 21 Maret 1995  
Alamat : Perum. Salatiga Permai No. 73, Kel. Blotongan, Kec. Sidorejo

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

### **REDESAIN KEMASAN *CHOCOLATE MONGGO UNTUK* *PRODUK ANAK – ANAK***

Yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 Januari 2020

Arus Christoto  
NIM. 1310057124

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas anugerah yang telah diberikan. Sehingga perancangan Tugas Akhir ini yang berjudul “Redesain Kemasan *Chocolate Monggo Untuk Produk Anak - Anak*” dapat selesai dalam waktu yang ditargetkan. Perancangan Tugas Akhir ini digunakan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S-1), program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Akhir kata semoga Tugas Akhir berjudul Redesain Kemasan *Chocolate Monggo Untuk Produk Anak- Anak* ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika. Adapun kekurangan dan kelebihan dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis ucapan mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga karya desain ini dapat menjadi referensi kepustakaan bagi mahasiswa maupun pihak-pihak terkait.

Yogyakarta, 8 Januari 2020

Arus Christoto  
NIM. 1310057124

## **Ucapan Terima Kasih**

Terselesaikannya perancangan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir proses pengerjaan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum. sebagai Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi, M.Des. sebagai Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Martino Dwi Nugroho, M.A. sebagai Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn. sebagai Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn. selaku dosen Pembimbing I.
6. Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn. selaku dosen Pembimbing II.
7. Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing akademik.
8. Seluruh dosen diprogram studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Seluruh staf karyawan di Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Tuhan YME, Keluarga tercinta, Bapak, Ibu, Adiku Enda, Kakaku Andis, Nia, Kakek, Nenek, Tante Nanik, Om Nur, Pak Jub, Pak Rohmadi, Pak Sunardi yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberi semangat yang luar biasa kepada saya. Terima kasih sebesar – besarnya.
11. Wali kelas serta siswa siswi SD Kanisius Demangan Baru 1 Yogyakarta yang telah meluangkan waktu untuk mengisi survey.
12. Segenap sahabat SUENA EX HOUSE, Aji, Azhar, Adit, Bobi, dan Vino

13. Teman – teman angkatan Pensil Kayu 2013 atas kebersamaanya selama ini
14. Kepada semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih banyak semuanya. Terima kasih yang sebesar – besarnya.

Yogyakarta, 8 Januari 2020

Arus Christoto  
NIM. 1310057124

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arus Christoto  
NIM : 1310057124  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni Rupa  
Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul “Redesain Kemasan *Chocolate Monggo Untuk Produk Anak-Anak”*

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dan semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atau pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 Januari 2020

Arus Christoto  
NIM. 1310057124

## ABSTRAK

Desain kemasan menjadi salah satu elemen penting dalam menunjukkan citra produk dan perusahaan kepada target audience. Seperti yang dilakukan oleh Perusahaan *Chocolate Monggo* sebagai produsen cokelat *couverture* yang sudah berdiri selama 14 tahun tentu membutuhkan desain kemasan untuk dapat melindungi produk dan menghadirkan citra brand. Tetapi masih ditemui desain kemasan *Chocolate Monggo* yang masih memiliki permasalahan pada segi fungsi, estetika dan identitas yaitu pada produk *Chocolate Robots* dan *Chocolate Butterflies* yang ditawarkan untuk anak – anak. Pada permasalahan ini perlu adanya redesain kemasan *Chocolate Monggo* untuk produk anak – anak melalui langkah keilmuan Desain Komunikasi Visual sebagai bentuk solusi mengenai masalah yang dihadapi.

Melalui Redesain kemasan produk *Chocolate Robots* dan *Chocolate Butterflies* ini memiliki tujuan untuk memberikan sisi fungsi, estetika dan identitas yang sesuai dengan masing – masing karakteristik produk dan target audience sehingga perlu adanya pengumpulan data demi membantu proses perancangan. Data yang dikumpulkan terkait dengan *brand image* serta *positioning* perusahaan *Chocolate Monggo* sebagai produsen cokelat *couverture* di Kota Yogyakarta, karakteristik produk dan desain kemasan yang muncul pada beberapa periode serta data seputar karakteristik masing - masing target audience yang didapat melalui hasil observasi pada sisiwa siswi SD Kanisius Demangan Baru 1 Yogyakarta. Perancangan desain kemasan juga menggunakan analisis data dengan metode SWOT untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan desain kemasan yang hadir untuk *Chocolate Robots* dan *Chocolate Butterflies*, serta untuk mengetahui peluang Perusahaan *Chocolate Monggo* dalam menawarkan produk praline untuk anak - anak. Teori yang digunakan lebih mengarahkan kepada teori perancangan desain kemasan *Marianne Rosner Klimchuk* dan *Sandra A. Krasovec*.

Konsep desain kemasan akan lebih mengacu pada gaya visual kartun yang menghadirkan kesan keceriaan yang dekat dengan dunia anak - anak seperti serial kartun *The Smurf* yang dipilih sebagai referensi dalam perancangan gaya visual pada desain kemasan. Hasil akhir pada perancangan ini berupa desain kemasan primer, sekunder dan tersier yang lebih mengarahkan pada segi keamanan, ergonomis (kenyamanan), serta *Experience* (pengalaman) serta terdapat beberapa desain pendukung yang dapat membantu memperkuat identitas produk dalam beberapa media yang dirancang. Melalui perancangan desain kemasan ini menunjukan bahwa Desain Komunikasi Visual memiliki peran penting dalam untuk dapat mencerminkan citra produk, perusahaan dan target audience pada elemen desain kemasan yang berguna unutk menarik simpati target audience yang dituju.

Kata Kunci : desain kemasan, *Chocolate Monggo*, produk cokelat anak-anak,

*Chocolate Butterflies*, *Chocolate Robots*.

## **ABSTRACT**

*The packaging design was the one important element when showing brand and product image to the target audience. It was like Chocolate Monggo Company did to be a couverture chocolate producer that has been opened for 14 years certainly requires packaging design to protect the product and showing the brand image. But still encountered a problem on Chocolate Monggo packaging design in terms of function, aesthetic and identity on Chocolate Robots and Chocolate Butterflies products that were offered for kids. In this case, need a packaging redesign for Chocolate Monggo kids product using scientific Visual Communication Design as a solution to the problems encountered.*

*Through this packaging redesign for Chocolate Robots and Chocolate, Butterflies products have a purpose for placed function, aesthetic, and identity that are can compatible with each product and target audience characteristics these are needed collecting some data for helping on designing process. Data need to collecting are around the brand image and Chocolate Monggo company positioning which is be couverture chocolate in Yogyakarta City, product and packaging design characteristic that was produced on some period and data about every target audience characteristic which is got from observation on SD Kanisius Demangan Baru 1 Yogyakarta. Redesign packaging also needs data analysis with the SWOT method to find out advantages and disadvantages on Chocolate Robots and Chocolate Butterflies packaging design, and find out Chocolate Monggo opportunities on offered praline products for kids. Focus on Marianne Rosner Klimchuk and Sandra A. Krasovec for this packaging redesign.*

*The packaging design concept focuses on cartoon style that gives the impression of joy that is close to children like The Smurf cartoon serial that chooses to be a reference for visual style on packaging design. The final design will be present of primary packaging, secondary packaging, and tertiary packaging will be the focus on safety security, ergonomic, and experience and will be present some additional designs are using for strengthening product identity on some media. From this packaging design showing if Visual Communication Design has an important position to the mirrored company, products, and target audiences images at the graphic design on packaging design that useful for getting simpatico from target audience who offered.*

*Keyword:* packaging design, Chocolate Monggo, kids product,

*Chocolate Butterflies, Chocolate Robots.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian Karya .....	iv
Kata Pengantar .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Ucapan Terimakasih.....	vi
Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah .....	viii
Abstrak .....	ix
Daftar isi.....	xi
Daftar Skema .....	xv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Perancangan .....	3
D. Batasan Masalah.....	3
E. Manfaat Perancangan .....	4
F. Metode Perancangan .....	4
G. Metode Analisis.....	5
H. Sistematika Perancangan .....	6

### **BAB II IDENTIFIKASI MASALAH DAN ANALISIS DATA .....** 7

A. Identifikasi Tentang Kemasan.....	7
1. Tinjauan Tentang Kemasan.....	7
a. Pengertian Kemasan .....	7
b. Pengertian Desain Kemasan.....	8
2. Sejarah Desain Kemasan.....	8
3. Perkembangan Desain Kemasan Dimasa Sekarang .....	10
4. Fungsi Kemasan .....	11
a. Pengaman .....	11
b. Ekonomi .....	11
c. Pendistribusian .....	11
d. Komunikasi .....	11
e. Ergonomi.....	11

f. Estetika.....	12
g. Identitas .....	12
5. Unsur – Unsur Dalam Kemasan.....	12
a. Bentuk .....	12
b. Warna .....	17
c. Logo .....	20
d. Tipografi.....	21
e. Ilustrasi .....	23
f. Tata Letak.....	28
6. Material dan Struktur Kemasan .....	29
a. Kemasan Primer ( <i>Primary Packaging</i> ) .....	29
b. Kemasan Sekunder ( <i>Secondary Packaging</i> ) .....	30
c. Kemasan Tersier ( <i>Tertiary Packaging</i> ) .....	30
7. Tahap – Tahap Perancangan Produksi Kemasan .....	34
a. Struktur Material Keamasan .....	34
b. Pola Kemasan.....	35
c. Warna dan Pencetakan .....	36
d. Proses Pencetakan .....	37
B. Analasis Data Perusahaan .....	39
1. Tinjauan Tentang .....	39
a. Tentang Cokelat .....	39
b. Sejarah Singkat Cokelat .....	40
2. Tinjauan Tentang <i>Chocolate Monggo</i> .....	41
3. Spesifikasi Produk <i>Chocolate Monggo</i> .....	43
4. Desain Kemasan <i>Chocolate Monggo</i> .....	47
5. Positioning .....	49
6. Konsumen <i>Chocolate Monggo</i> .....	50
7. Kompetitor .....	63
a. Kompetitor Nasional .....	63
b. Kompetitor Lokal .....	64
C. Analisis Media .....	65
1. <i>Strengths</i> .....	65
2. <i>Weakness</i> .....	66
3. <i>Opportunities</i> .....	67
4. <i>Threats</i> .....	68
D. Kesimpulan .....	68
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>70</b>
A. Konsep Komunikasi.....	70
1. Tujuan Kreatif .....	70
2. Strategi Komunikasi.....	70

a.	Profil Target Konsumen .....	70
b.	Strategi Media .....	72
B.	Konsep Kreatif .....	75
1.	Tujuan Kreatif .....	75
a.	<i>Brand Positioning</i> .....	75
b.	<i>Brand Identity</i> .....	75
c.	<i>Brand Image</i> .....	76
2.	Strategi Kreatif .....	77
a.	Pola dan Bentuk Dasar Kemasan .....	77
b.	Target Audience .....	78
c.	Gaya Desain .....	79
3.	Elemen Kemasan.....	80
a.	Refrensi Visual .....	80
b.	Warna.....	80
c.	Logo.....	82
d.	Ilustrasi/Gambar yang Digunakan .....	83
e.	Jenis Font/Tipografi.....	90
f.	Komposisi/Tataletak .....	92
C.	Konsep Media .....	93
1.	Media Utama.....	93
a.	<i>Primary Packaging</i> .....	93
b.	<i>Secondary Packaging</i> .....	94
c.	<i>Tertiary Packaging</i> .....	94
2.	Media Pendukung .....	95
a.	Celemek/Apron .....	95
b.	<i>Display Pack</i> .....	95
c.	Taplak Meja .....	95
d.	Fitur permainan interaktif sederhana .....	95
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN</b>	.....	97
A.	Data Visual.....	97
1.	Desain Karakter.....	97
a.	<i>Chocolate Robots</i> .....	97
b.	<i>Chocolate Butterflies</i> .....	97
2.	Ilustrasi.....	98
3.	Warna .....	101
a.	<i>Chocolate Robots</i> .....	101
b.	<i>Chocolate Butterflies</i> .....	101
4.	Penjaringan Bentuk Kemasan .....	102
5.	Informasi Pada Kemasan.....	104
a.	Komposisi .....	104

b.	Label Halal dan Nomor P-IRT .....	104
c.	Informasi Kontak dan Alamat Perusahaan .....	104
d.	Barcode .....	105
e.	Informasi Berat Bersih dan <i>Expired Date</i> .....	105
f.	Informasi Produk dan Fitur Tambahan.....	105
g.	Informasi “ <i>Toy Inside</i> ” .....	106
6.	Pengembang Logo / <i>Brand Name</i> .....	106
a.	<i>Chocolate Robots</i> .....	105
b.	<i>Chocolate Butterflies</i> .....	107
7.	Desain Pendukung.....	108
a.	<i>Display Pack</i> .....	108
b.	Celemek/Apron .....	108
c.	Taplak Meja .....	109
8.	Layout Desain Awal.....	109
a.	Kemasan Primer .....	109
b.	Kemasan Sekunder .....	110
c.	Kemasan Tersier .....	111
B.	Visualisasi .....	111
1.	Logo Produk.....	111
a.	<i>Chocolate Robots</i> .....	111
b.	<i>Chocolate Butterflies</i> .....	112
2.	Desain Karakter.....	113
a.	<i>Chocolate Robots</i> .....	113
b.	<i>Chocolate Butterflies</i> .....	114
3.	Ilustrasi.....	115
4.	Desain Kemasan.....	119
a.	Kemasan Primer .....	119
b.	Kemasan Sekunder.....	124
c.	Kemasan Tersier.....	128
5.	Media Pendukung .....	132
a.	<i>Display Box</i> .....	132
b.	Celemek / Apron.....	134
c.	Taplak Meja.....	136
d.	<i>Shadow Puppet Toys</i> / Permainan Wayang .....	137
<b>BAB V PENUTUP</b>	.....	135
A.	Kesimpulan .....	135
B.	Saran .....	137
1.	Bagi Perusahaan .....	137
2.	Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	137

<b>Buku .....</b>	137
<b>Webtografi.....</b>	138
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR SKEMA**

Skema 1. Tabel Skema Perancangan .....	6
--	---

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Contoh kemasan berbentuk balok .....	13
Gambar 2.2 Contoh kemasan berbentuk silinder .....	14
Gambar 2.3 Contoh kemasan berbentuk limas .....	13
Gambar 2.4 Contoh kemasan botol.....	15
Gambar 2.5 Contoh kemasan fleksible .....	16
Gambar 2.6 Contoh kemasan label .....	16
Gambar 2.7 Contoh tipografi <i>Oldstyle</i> .....	21
Gambar 2.8 Contoh tipografi <i>modern/serif</i> .....	21
Gambar 2.9 Contoh tipografi <i>san serif</i> .....	22
Gambar 2.10 Contoh tipografi <i>script</i> .....	22
Gambar 2.11 Contoh tipografi <i>Decorative</i> .....	22
Gambar 2.12 Contoh ilustrasi realis.....	23
Gambar 2.13 Contoh ilustrasi Surealis.....	23
Gambar 2.14 Contoh ilustrasi kartun .....	24

Gambar 2.15 Contoh ilustrasi Karikatur .....	24
Gambar 2.16 Contoh gambar manual pada kemasan botol.....	25
Gambar 2.17 Contoh teknik fotografi .....	26
Gambar 2.18 Contoh teknik ilustrasi digital .....	26
Gambar 2.19 Contoh teknik manual-digital.....	27
Gambar 2.20 Contoh teknik fotografi-manual .....	28
Gambar 2.21 Foto <i>Chocolate Butterflies</i> .....	46
Gambar 2.22 Foto <i>Chocolate Robots</i> .....	46
Gambar 2.23 Awal desain kemasan produk <i>Chocolate Monggo</i> .....	47
Gambar 2.24 Desain kemasan <i>Chocolate Monggo baru</i> . .....	47
Gambar 2.25 Contoh desain kemasan lama dan baru .....	48
Gambar 2.26 Contoh bentuk produk praline .....	48
Gambar 2.27 Desain Kemasan Produk Praline Untuk Anak - Anak .....	49
Gambar 2.28 Diagram hasil kuisoner orang tua 1 .....	51
Gambar 2.29 Diagram hasil kuisoner orang tua 2.....	52
Gambar 2.30 Diagram hasil kuisoner orang tua 3.....	53
Gambar 2.31 Diagram hasil kuisoner orang tua 4.....	53
Gambar 2.32 Diagram hasil kuisoner orang tua 5.....	54
Gambar 2.28 Diagram hasil kuisoner orang tua 6.....	55
Gambar 2.34 Diagram hasil kuisoner anak – anak 1 .....	58
Gambar 2.34 Diagram hasil kuisoner anak – anak 2 .....	58
Gambar 2.34 Diagram hasil kuisoner anak – anak 3 .....	59
Gambar 2.34 Diagram hasil kuisoner anak – anak 4 .....	60
Gambar 2.34 Diagram hasil kuisoner anak – anak 5 .....	60
Gambar 3.1 Skeama VALS2 .....	71
Gambar 3.1 Refrensi visual desain kemasan .....	80
Gambar 3.3 Ilustrasi <i>The Smurf</i> .....	84
Gambar 3.4 Desain Karkter Robot.....	87
Gambar 3.5 Desain karkter TinkerBell Rosetta .....	88

Gambar 3.6 Foto <i>Chocolate Butterflies</i> .....	89
Gambar 3.7 Foto <i>Chocolate Robots</i> .....	89
Gambar 3.8 Refresnsi Font Decrative .....	90
Gambar 3.9 Refresnsi Font San Serif.....	92
Gambar 3.10 Referensi Tata Letak Desain Kemasan .....	92
Gambar 4.1 Refernsi Karakter Robot.....	97
Gambar 4.2 Robot kaleng .....	97
Gambar 4.3 Kacang Hazelnut .....	98
Gambar 4.4 <i>Buah kakao</i> .....	98
Gambar 4.5 Tiffany Cahracter .....	98
Gambar 4.6 Buah Kakao .....	99
Gambar 4.7 Ladybug/kepik.....	99
Gambar 4.8 Lebah.....	99
Gambar 4.9 Refrensi Background.....	100
Gambar 4.10 Truck Box.....	100
Gambar 4.11 Chalie & chocolate factory garden.....	100
Gambar 4.12 <i>Backgorund</i> Fantasi .....	101
Gambar 4.13 Identias warna <i>Chocolate Robots</i> .....	101
Gambar 4.14 Identias warna <i>Chocolate Butterflies</i> .....	101
Gambar 4.15 Penjaringan bentuk kemasan .....	102
Gambar 4.16 Penjaringan bentuk kemasan primer .....	102
Gambar 4.17 Penjaringan bentuk kemasan sekunder .....	103
Gambar 4.18 Penjaringan bentuk kemasan tersier .....	103
Gambar 4.19 Komposisi produk .....	104
Gambar 4.20 logo halal dan nomor P-IRT .....	104
Gambar 4.21 kontak dan alamat perusahaan.....	104
Gambar 4.22 Barcode produk .....	105
Gambar 4.24 Informasi Produk dan Fitur pada Kemasan.....	105
Gambar 4.25 Informasi Toy Inside .....	106

Gambar 4.26 Elemen Visual Gear .....	106
Gambar 4.27 Logotype Toy Story 3 .....	107
Gambar 4.28 Visual Pelangi .....	107
Gambar 4.29 <i>Cooper Black Type Face</i> .....	107
Gambar 4.30 Display Box.....	108
Gambar 4.31 Apron Pattern .....	108
Gambar 4.32 Taplak Meja Pattern .....	109
Gambar 4.33 Penjaringan Kemasan Primer (Alas) .....	109
Gambar 4.34 Penjaringan Kemasan Primer (Penutup) .....	110
Gambar 4.35 Penjaringan Kemasan Sekunder.....	110
Gambar 4.36 Penjaringan Kemasan Tersier.....	111
Gambar 4.37 Sketsa Logo <i>Chocolate Robots</i> .....	111
Gambar 4.38 Hasil Logo <i>Chocolate Robots</i> .....	111
Gambar 4.39 Sketsa Logo <i>Chocolate Butterflies</i> .....	112
Gambar 4.40 Hasil Logo <i>Chocolate Butterflies</i> .....	112
Gambar 4.41 Sketsa Karakter Utama dan Pendukung .....	113
Gambar 4.42 Hasil jadi Karakter Utama dan Pendukung .....	113
Gambar 4.43 Sketsa Karakter Utama dan Pendukung .....	114
Gambar 4.44 Hasil jadi Karakter Utama dan Pendukung .....	114
Gambar 4.45 Sketsa Pabrik Robot .....	115
Gambar 4.46 Sketsa Kastil Cokelat .....	115
Gambar 4.47 Sketsa Ilustrasi pada Kemasan Sekunder .....	116
Gambar 4.48 Ilustrasi Chocolate Robots .....	117
Gambar 4.49 Ilustrasi Chocolate Butterflies .....	118
Gambar 4.50 Sketsa Kemasan Primer Bagian Alas .....	119
Gambar 4.51 Hasil Jadi Kemasan Primer Bagian Alas.....	120
Gambar 4.52 Sketsa Kemasan Primer Bagian Penutup .....	121
Gambar 4.53 Hasil Jadi Kemasan Primer Bagian Penutup.....	122
Gambar 4.54 Hasil Jadi Kemasan Primer <i>Chocolate Butterflies</i> .....	123

Gambar 4.55 Hasil Jadi Kemasan Primer <i>Chocolate Robots</i> .....	123
Gambar 4.56 Sketsa Kemasan Sekunder .....	124
Gambar 4.57 Hasil jadi kemasan sekunder <i>Chocolate Robots</i> .....	125
Gambar 4.58 Hasil jadi kemasan sekunder <i>Chocolate Butterflies</i> .....	126
Gambar 4.59 Hasil Jadi Kemasan Sekunder <i>Chocolate Robots</i> .....	127
Gambar 4.60 Hasil Jadi Kemasan Sekunder <i>Chocolate Robots</i> .....	127
Gambar 4.61 Sketsa kemasan teriser .....	128
Gambar 4.62 Hasil Jadi Kemasan <i>Tersier Chocolate Robots</i> .....	129
Gambar 4.63 Hasil Jadi Kemasan <i>Tersier Chocolate Butterflies</i> .....	130
Gambar 4.64 Hasil Jadi Kemasan Tersier <i>Chocolate Robots</i> .....	131
Gambar 4.65 Hasil Jadi Kemasan Tersier <i>Chocolate Butterflies</i> .....	131
Gambar 4.66 Hasil jadi display box <i>Chocolate Robots</i> .....	132
Gambar 4.67 Hasil jadi display box <i>Chocolate Butterflies</i> .....	133
Gambar 4.68 Hasil jadi apron untuk laki-laki.....	134
Gambar 4.69 Hasil jadi apron untuk perempuan .....	135
Gambar 4.70 Hasil jadi taplak meja <i>Chocolate Robots</i> .....	136
Gambar 4.71 Hasil jadi taplak meja <i>Chocolate Butterflies</i> .....	136
Gambar 4.72 <i>Shadow Puppet Toys Chocolate Robots</i> .....	137
Gambar 4.73 <i>Shadow Puppet Toys Chocolate Butterflies</i> .....	137
Gambar 4.74 Contoh penerapan <i>Shadow Puppet</i> .....	138

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Yogyakarta ini dikenal oleh masyarakat lokal ataupun manca negara sebagai kota yang masih terjaga keaslian hasil seni dan budaya lokalnya. Mulai dari hasil peninggalan raja-raja, kerajinan tangan, seni pertunjukan, seni rupa hingga kuliner buatan tangan masayarakat lokal yang tersebar disetiap bagian Kota Yogyakarta. Pelestarian cagar budaya serta hasil kesenian adat istiadat Kota Yogyakarta tidak lepas dari usaha pemerintah dan peran masyarakat untuk dapat menjaga kebudayaan lokal. Tetapi Pemerintah dan masyarakat tidak menutup diri untuk masuknya budaya kontemporer ataupun budaya modern lainya, sehingga akhirnya Kota Yogyakarta memiliki beragam kebudayaan yang tersebar disetiap sudut kota. Melalui keberagaman ini Kota Yogyakarta menjadi kota destinasi yang sangat menarik untuk wisatawan lokal maupun manca Negara.

Dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara tentunya dapat sekaligus meningkatkan sistem perekonomian untuk perusahaan dalam skala besar ataupun rumahan karena tidak jarang wisatawan akan membeli beberapa produk khas Yogyakara untuk dibawa pulang untuk oleh-oleh bagi kerabat di kota atau Negara masing-masing. Salah satu jenis produk yang diminati wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh adalah makan dan minuman yang memiliki ciri khas Yogyakarta, seperti halnya *Chocolate Monggo* yang sudah diminati dan dicari oleh wisatawan sejak lama. Walaupun kemunculan *Chocolate Monggo* masih terbilang belum lama jika dibandingkan makan oleh-oleh khas Yogyakarta seperti Gudeg ataupun Bakpia. Tetapi *Chocolate Monggo* dalam kurun waktu 14 tahun ini sudah bisa mendominasi pasar oleh-oleh di Yogyakarta karena *Chocolate Monggo* memiliki keunggulan yang sangat menarik untuk ditawarkan kepada wisatawan lokal ataupun mancanegara.

Salah satu nilai atau hal yang menarik bagi para konsumen adalah *Chocolate Monggo* menawarkan produk coklat dengan kualitas unggulan

karena *Chocolate Monggo* memproduksi coklat *couverture* dimana coklat ini menggunakan campuran *cocoa mass* dan *cocoa butter* yang dihasilkan dari ekstrak biji kakao lokal pilihan. Sehingga memiliki cita rasa coklat yang nikmat dan juga sehat untuk dikonsumsi. Melalui keunggulan dan misi *Chocolate Monggo* tentunya dapat menarik bagi konsumen karena coklat yang diproduksi dengan bahan unggulan yang diolah dengan menggunakan cita rasa Belgia serta dikemas dengan kebudayaan Jawa oleh karena itu kenapa perusahaan ini menggunakan kata “*Monggo*” untuk nama perusahaan mereka.

Walaupun *Chocolate Monggo* sudah terkenal sebagai produsen coklat *couverture* dengan kualitas unggulan, tetapi masih ada beberapa produk cokelat yang belum dikemas dengan memperhatikan segi fungsi dan estetika serta masih belum jelas penggolongannya yaitu kemasan untuk anak-anak diantaranya adalah *Chocolate Robots* dan *Chocolate Butterflies*. Kedua produk ini memiliki kemasan dalam wujud yang sama yaitu kemasan dengan warna dasar pink pastel, desain motif mengenai berbagai macam mainan tradisional, tidak ada informasi yang berkaitan dengan tiap jenis produk, dan desain kemasan *paper bag* atau kantung kertas tanpa laminasi. Kedua produk ini memiliki target yang berbeda digolongkan pada gender yaitu *Chocolate Robots* ditawarkan kepada anak laki-laki dan *Chocolate Butterflies* kepada anak perempuan. Melalui desain kemasan untuk kedua produk cokelat anak-anak ini menunjukan bahwa desain kemasan masih belum bisa merepresentasikan citra atau karakteristik tiap produk dan target audience yang dituju sehingga dapat terjadi permasalahan untuk mempengaruhi *target audience* anak-anak. Hal ini sangat disayangkan karena kemasan juga memiliki peran penting dalam memberikan persepsi bagi para konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam membeli. Saat kemasan yang dijual kurang memberikan cerminan mengenai produk ataupun selera konsumen tentunya dapat merubah ketertarikan konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan.

Sehingga agar produk *Chocolate Monggo* untuk anak-anak ini dapat lebih dikenal dan diminati oleh *target audience*, perlu adanya perancangan ulang kemasan untuk produk *Chocolate Butterflies* dan *Chocolate Robots*. Diharapkan perancangan ulang desain kemasan bisa diminati oleh *target audience* dengan tatacara sasaran.

## B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kemasan produk *Chocoalte Butterflies* dan *Chcocolate Robots* untuk target anak-anak?

## C. Tujuan Perancangan

Tujuan merancang desain kemasan baru untuk produk *Chcocolate Butterflies* dan *Chcocolate Robots* agar dapat meningkatkan nilai dan daya tarik kemasan untuk anak-anak.

## D. Batasan Masalah

Merancang kemasan baru untuk anak-anak akan dibatasi pada perancangan kemasan primer, sekunder dan tersier untuk produk *Chcocolate Butterflies* dan *Chcocolate Robots* dengan target anak-anak.

## E. Manfaat Perancangan

### 1. Manfaat bagi mahasiswa

Perancangan kemasan ini dapat memperluas cakupan pengetahuan tentang kemasan dan sebagai pembelajaran untuk dapat memecahkan permasalahan yang bersangkutan mengenai proses perancangan kemasan yang diharapkan bisa berguna untuk bekal ilmu dijenjang berikutnya.

### 2. Manfaat Bagi Institusi

Kemasan merupakan salah satu elemen Desain Komunikasi Visual yang sangat memiliki potensi besar pada masa yang akan datang sehingga bisa memberikan sumbangan literature bagi institusi.

### **3. Manfaat Bagi Perusahaan**

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan bisa menambahkan daya tarik konsumen kepada produk yang ditawarkan melalui media Desain Komunikasi visual dalam bentuk kemasan yang disajikan secara kreatif dan inovatif.

## **F. Metode Perancangan**

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam perancangan kemasan kali ini data primer dan sekunder dikumpulkan dengan metode pengumpulan data antara lain:

#### **1. Data Primer**

##### **a. Observasi**

Data lapangan akan dilakukan dengan melakukan pengamatan dan dokumentasi terhadap unsur verbal dan visual yang diambil secara langsung di Perusahaan *Chocolate Monggo* Yogyakarta. Alat yang digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, kamera *smartphone*, dll.

##### **b. Wawancara**

Melakukan wawancara secara langsung dengan pemiliki perusahaan atau *staff* yang bekerja di Perusahaan *Chocolate Monggo* Yogyakarta guna mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan kemasan Kemasan untuk anak-anak. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah buku catatan, pulpen, dan fasilitas, dan *smartphone*.

## **2. Data Sekunder**

### **a. Studi Pustaka**

Menggunakan literasi pustaka untuk mendapatkan data yang diperlukan yang berkaitan dengan identifikasi data dan analisis data mengenai teori kemasan.

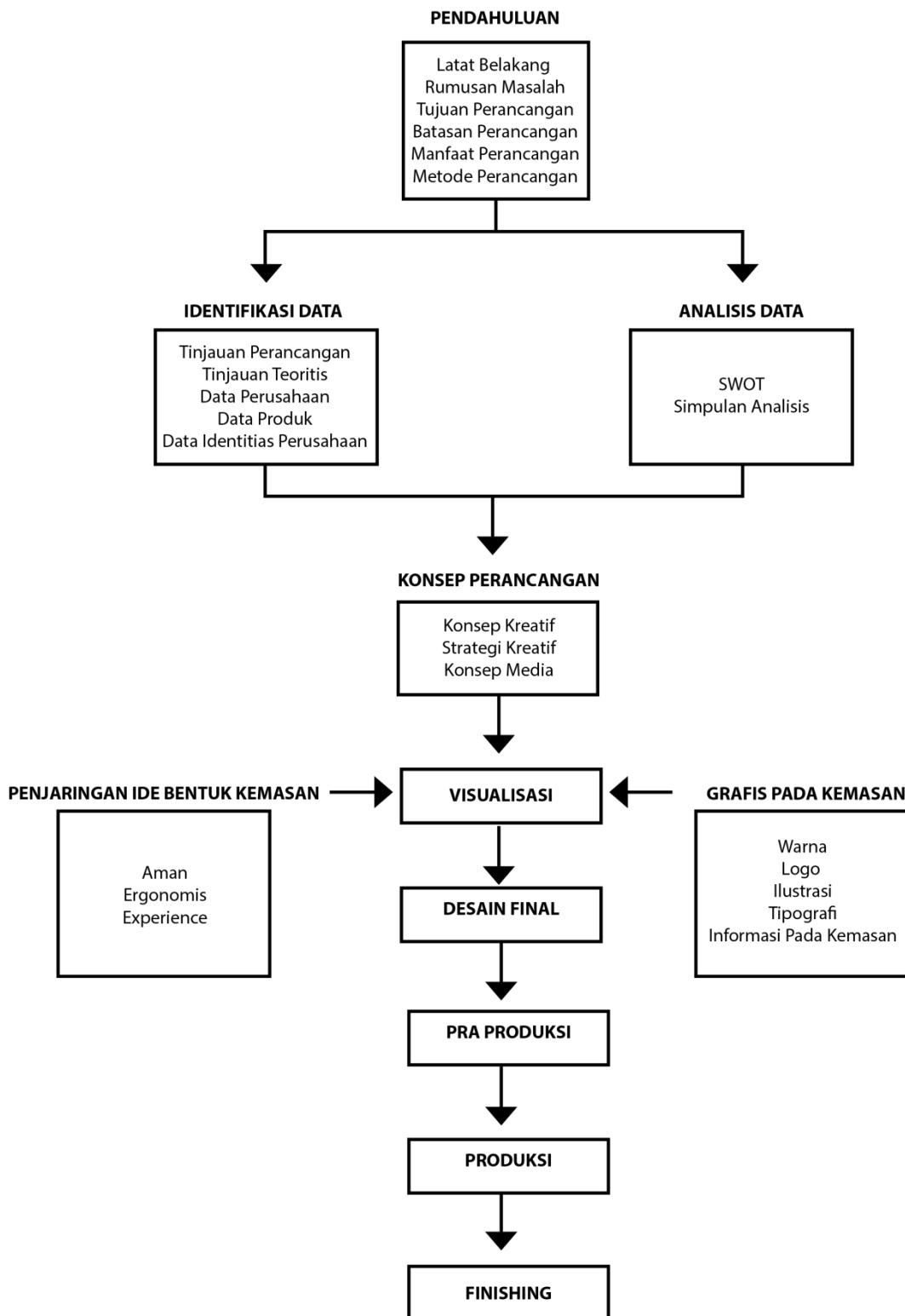
### **b. Internet**

Mengakses infomasi yang tidak dapat ditemui melalui referensi buku.

## **G. Metode Analisis**

Metode analisa yang digunakan adalah *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) yakni mengenali keunggulan sebuah produk (*Strength*), kelemahan yang dimiliki oleh produk tersebut (*Weakness*), peluang berkembangnya sebuah produk (*Opportunity*), serta situasi yang merupakan ancaman bagi sebuah produk dalam jangka waktu pendek atau masa yang akan datang (*Threats*). Sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan mengenai langkah yang harus diambil yang dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh produk tersebut.

## H. Sistematika Perancangan



Gambar 1.1 Tabel Skema Perancangan  
(Sumber: Arus Christoto, 2019)