

PERANCANGAN LOGO DAN KEMASAN BOLU KEMOJO MONALISA

Sri Ayu Hartini¹, Wirania Swasty²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Bandung
Sriayuhartini381@gmail.com¹, wirania@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Bolu kemojo Monalisa merupakan salah satu makanan khas Pekanbaru yang didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Siti Maymonah. Saat ini merek Monalisa tidak kuat, banyak produk dengan nama merek yang sama dan kemasan Monalisa berbentuk pembungkus plastik atau klipwrap sehingga tidak melindungi produk dengan baik. Pentingnya logo pada suatu produk atau kemasan bertujuan untuk memudahkan pemasaran, karena logo salah satu media promosi untuk mengenalkan suatu brand atau produk dari bisnis UKM agar mudah diingat para konsumen dan calon konsumen. Selain logo, kemasan menjadi salah satu tolak ukur layak atau tidaknya suatu produk itu dijual di pasaran. Kemasan merupakan media promosi yang bisa diandalkan dalam mempromosikan suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang ulang logo dan kemasan bolu kemojo Monalisa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode VIEW yaitu dengan melihat daya tarik visual (visibility) logo dan kemasan, mengetahui informasi produk (information), melihat daya tarik konsumen untuk membeli (emotional appeal) kemasan, serta kemudahan pembuatan dan penyimpanan (workability) suatu kemasan. Dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, observasi, wawancara dan kuesioner.

Kata Kunci : Logo, Kemasan, Desain

ABSTRACT

Bolu kemojo Monalisa is one of many specialties of Pekanbaru. Bole kemojo was founded by Siti Maymona. Currently the Monalisa brand is not widely known, many products with the same brand name with less attractive packaging that cannot be used properly. logo is an important element of a product, because the logo is one of the promotional media to introduce a brand or product in the business world. logos and packaging are considered whether or not the product will develop when it is sold on the market. Packaging is a promotional media that can be relied on in products. The purpose of this study was to package the logo and packaging of the Monalisa sponge cake. The data analysis used in this study is the VIEW method by looking at the visual (visibility) attractiveness of logos and packaging, information on product information (information), seeing the attractiveness of consumers for purchases (emotional appeal) of packaging, as well as ease of manufacture and storage (ability work) the intended packaging. And data collection methods used in this study are literature studies, observations, interviews and questionnaires

Keywords: Logo, Packaging, Design

1. Pendahuluan

Makanan khas daerah sebagai ciri khas suatu daerah mengandung nilai budaya atau identitas suatu daerah. Semua daerah di Indonesia memiliki keanekaragaman makanan khas yang menjadi ciri khas masing-masing daerah. Seperti halnya daerah Riau, dengan kearifan lokalnya memiliki makanan khas yaitu Bolu Kemojo. Bolu kemojo kerap juga disebut dengan bolu kojo berasal dari kata kemboja atau bunga kamboja. Disebut demikian karena loyang yang digunakan untuk membuat bolu ini memiliki bentuk seperti bunga kamboja. Masyarakat Riau sering membuat bolu kemojo secara bersama-sama karena saat pesta adat atau upacara adat biasanya disajikan bolu kemojo dalam jumlah yang banyak. Dari ini bisa terlihat aktifitas gotong-royong yang merupakan warisan nenek moyang.

Salah satu produsen Bolu Kemojo yang ada di Pekanbaru adalah Bolu Kemojo Monalisa. Bolu kemojo Monalisa didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Siti Maymonah yang biasa dipanggil Mona. Mona memulai bisnisnya berjualan Bolu kemojo Monalisa dengan modal nekat awalnya Mona tidak menjual bolu kemojo ke pusat oleh-oleh atau swalayan tetapi hanya membuat bolu kemojo jika ada yang berpesan saja untuk acara syukuran. Dengan banyak yang memesan Mona membuat inisiatif memberi label kemasan bolu kemojo dan mendaftarkannya supaya mempunyai sertifikat halal MUI, tetapi keemasan yang digunakan hanya menggunakan klipwrap saja sehingga produk tidak nyaman untuk dipegang/dibawa.

Mona memulai bisnis nya pada awal Februari 2007 awalnya beliau hanya menitipkan ke swalayan terdekat saja, tetapi dengan banyaknya pembeli maka swalayan tersebut menghubungi Mona bahwa produknya laku terjual dengan cepat. Mona bisa memproduksi bolu kemojo sehari 20 loyang yang awalnya hanya memiliki satu varian rasa, rasa pandan tetapi Mona membuat varian rasa baru yang masyarakat umum sudah kenal yaitu rasa durian. Bolu Kemojo Monalisa dipasarkan di swalayan dan toko oleh-oleh. Produk bolu kemojo Monalisa memiliki dua variasi rasa yaitu rasa durian dan pandan.



Gambar 1Kemasan Bolu Kemojo Monalisa

Sumber: Dokumentasi Pribadi

logo dapat membantu masyarakat sebagai konsumen untuk mengenali suatu produk dari sebuah perusahaan. Demikian lainnya dengan dengan kemasan Bolu Kemojo Monalisa. Berdasarkan gambar 1.1 terlihat kemasan produk Bolu Kemojo Monalisa kurang informatif, kemasan primer cepat rusak karena tidak melindungi produk dengan baik, tidak ada prinsip-prinsip desain kemasan, dan logo yang kurang menarik. Selanjutnya, merek bolu kemojo Monalisa tidak sekuat merek bolu kemojo Al- Mahdi, Mega Rasa maupun Mimie, serta kurang menariknya penulisan dan logo bolu kemojo Monalisa dan banyak brand yang nama merek sama dengan monalisa sehingga nama branding tidak kuat.

Kemasan seharusnya merupakan kesan singkat dari citra suatu produk yang ingin disampaikan dari produsen, dan kemasan tersebut haruslah terpadu dengan fungsi produk. Desain kemasan memerlukan banyak pemikiran dan tentu saja bukan suatu hal yang mudah. Desain kemasan dan penggunaan kemasan memiliki peran yang penting sebagai sarana untuk berkomunikasi dan proses penciptaan merek. Kemasan juga memiliki peran yang serupa dengan elemen komunikasi pemasaran yang lain. Salah satu alasannya adalah konsumen mungkin tidak berpikir secara mendalam mengenai suatu *brand*/merek tertentu sebelum mereka pergi ke toko untuk membeli suatu produk. Di mata konsumen, hal pertama yang mereka lihat ketika mereka mencari produk yang tepat adalah penampilan luar dari produk itu sendiri.

Bisnis makanan khas daerah khususnya bolu kemojo Monalisa merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien. Tujuan dari kegiatan pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka akan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dikatakan berhasil apabila dibuktikan dengan meningkatnya volume penjualan dan sebaliknya volume penjualan mengalami penurunan bila kegiatan pemasaran yang diterapkan tidak tepat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Logo dan Kemasan Bolu Kemojo Monalisa”. Diharapkan dapat mengubah minat masyarakat untuk lebih tertarik terhadap bolu kemojo Monalisa setelah melakukan perancangan logo dan kemasan.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mempermudah proses penelitian, peneliti akan melakukan beberapa metode sebagai cara pengumpulan data, yaitu :

Studi literatur merupakan teori-teori yang digunakan untuk menganalisis yang bersumber dari para ahli yang telah melakukan penelitian yang setiap cara pandang pemikiran setiap para ahli berbeda-beda (Soewardikoen, 2013:6). Penulis mengumpulkan data yang bersumber dari jurnal dan buku-buku, untuk mendapatkan landasan teori dalam perancangan. Kajian pustaka adalah penelaahan terhadap bahan bacaan yang secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, 2013:145). Penulis melakukan pengamatan langsung ke tempat produksi Bolu Kemojo Monalisa. Wawancara ialah lembar struktur berisi daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh narasumber yang dilakukan dengan wawancara secara langsung atau tatap muka yang melakukan interaksi terhadap narasumber (Soewardikoen, 2013:31). Kemudian penulis melakukan wawancara terstruktur mengenai desain logo dan kemasan Bolu Kemojo Monalisa kepada pemilik Bolu Kemojo Monalisa.

Kuesioner ialah mengumpulkan pertanyaan secara *online* maupun *offline* untuk menghitung data kuesioner yang telah dibuat dalam program komputer (Soewardikoen, 2013:32). Penulis menyebarkan beberapa pertanyaan tertutup berkaitan dengan logo dan kemasan Bolu Kemojo Monalisa kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian Bolu Kemojo Monalisa dan konsumen potensial dengan sasaran usia produktif yang sudah berpenghasilan.

3. Tinjauan Pustaka

Logo merupakan simbol atau tanda yang didalamnya terdapat makna atau pesan karakteristik, visi dan misi dari sebuah perusahaan untuk mendapatkan identitas perusahaan. Logo dapat berupa tulisan, gambar, ilustrasi sebagai simbol pada identitas visual, logo juga dibuat lebih unik dengan menambahkan unsur gambar, bahkan gambar, atau tulisan yang berbaur. *Logotype* merupakan logo

yang berupa unsur tulisan, maka *logogram* diartikan sebagai logo yang berupa unsur gambar (Swasty, 2016:41). Dan kemasan produk untuk saat ini sudah menjadi suatu hal yang penting. Fungsi kemasan tidak lagi sekadar wadah pembungkus produk makanan atau minuman supaya terjaga dari kotoran, debu, udara, benturan dan sinar matahari, serta menjadi alat promosi untuk menarik minat pembeli. Menurut (Julianti, 2014:15), kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebagai produk. Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan struktur, material, warna, tipografi, ilustrasi, bentuk, dan elemen desain lainnya dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik. Informasi produk disampaikan kepada konsumennya melalui suatu strategi desain yang disusun dengan efektif. (Klimchuk dan Krasovec, 2007: 33).

Perancangan desain kemasan dan logo bolu kemojo monalisa ini ditujukan kepada Mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai, pengusaha dan wisatawan dengan penghasilan 1,5juta sampai 5juta perbulannya yang berdomilisi di Kota Pekanbaru, khususnya kabupaten Pelalawan dan sekitarnya, dan para wisatawan yang berkunjung ke kota Pekanbaru. Kelompok konsumen sasaran berasal dari kelas menengah ke atas, biasa berbelanja untuk oleh-oleh yang diberikan kepada saudara dan sering melakukan wisata ke kota-kota lain. Kelompok ini cenderung aktif dan rasa ingin tahunya tinggi, juga konsumtif.

Sesuai dengan target pasar yang dituju yakni mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai, pengusaha dan wisatawan, maka *positioning* yang tepat ialah bolu kemojo Monalisa cocok dijadikan oleh-oleh khas Pekanbaru. Hal ini dikarenakan banyaknya pendatang dari luar kota Pekanbaru yang ingin membawa oleh-oleh makanan khas Pekanbaru untuk keluarganya di kota asalnya. Tidak hanya itu, hal ini juga didukung oleh pernyataan responden setuju bahwa bolu kemojo Monalisa cocok dijadikan oleh-oleh khas Pekanbaru. Ditambah dengan harga sebungkus bolu kemojo Monalisa yang terjangkau. Terakhir inovasi dari varian rasa bolu kemojo Monalisa yang tersedia dalam 2 varian rasa semakin memperkuat *positioning* bahwa bolu kemojo Monalisa cocok dijadikan oleh-oleh khas Pekanbaru.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

Berdasarkan hasil data analisis yang telah dilakukan melalui metode survei kuesioner *online* sebelumnya, pesan yang akan disampaikan dari hasil re-branding logo dan kemasan bolu kemojo Monalisa ialah walau rasa nasional, bolu kemojo pantas dipasarkan internasional.

Sehingga big adea didapat untuk perancangan ulang ini dilakukan agar kemasan bolu kemojo memiliki bentuk yang lebih modern dan elegan. Sifat dan bentukan modern mengarahkan kepada kemasan bolu kemojo yang kekinian dan menarik diberbagai kalangan usia. Sifat dan bentukan elegan mengarahkan kepada kemasan bolu kemojo yang lebih premium walau sekedar makanan khas daerah. Kedua sifat ini dipilih dengan tujuan memberikan suasana baru tanpa menghilangkan kekhasan dari kemasan bolu kemojo pada umumnya. Perancangan logo dan kemasan bolu kemojo Monalisa ini dilakukan dengan perancangan ulang logo dan kemasan tanpa mengubah brand Monalisa tersebut.

Tujuan dari perancangan ulang logo dan kemasan dari produk bolu kemojo Monalisa ialah untuk membuat wajah baru dengan nama lama. Melihat bentukan kemasan bolu Monalisa yang terlampau sederhana, proses perancangan ulang logo ini bertujuan agar kemasan lebih tampak layak dijual, lebih higienis, dan sesuai dengan pasaran produk oleh-oleh lainnya.

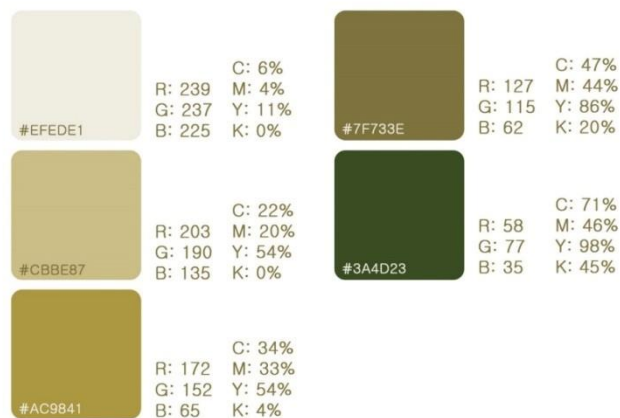
Konsep Kreatif

Perancangan utama dalam kemasan bolu kemojo ini adalah kemasan yang memiliki daya Tarik berupa citra elegan dan mewah agar hal tersebut dapat menjadikan bolu kemojo sebagai *brand* premium. Perancangan utama pada kemasan bolu kemojo ini adalah kemasan yang memiliki daya

tarik dan keterangan produk yang lengkap. Kemasan yang memiliki daya tarik dapat dicapai dengan membedakan dan menonjolkan produknya dari kompetitor, dalam perancangan kemasan ini maka material yang akan digunakan menggunakan kertas ivory untuk kemasannya.

Ilustrasi yang akan digunakan baik pada perancangan logo, kemasan maupun re-branding yang akan dibuat mengambil tema unsur melayu dengan menghadirkan dan lebih menonjolkan motif ornamen asli melayu berwarna hijau dan emas baik di logo maupun kemasan produk. Kemudian jenis typography yang digunakan untuk nama logo kemasan menggunakan perpaduan jenis font serif dan sans serif. Font jenis serif digunakan untuk memberi kesan elegan dan premium, sedangkan font jenis sans serif digunakan untuk memberi kesan simpel dan modern. Untuk headline font yang dipakai adalah Lustria, sedangkan untuk body text font yang dipakai adalah josefin sans.

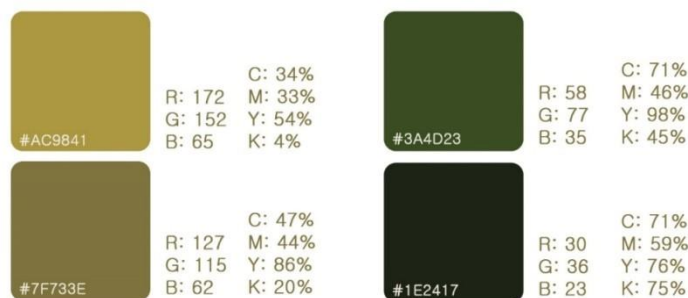
Pilihan warna pada perancangan kemasan menggunakan warna putih gading sebagai warna dominan dengan warna-warna khas melayu Riau yaitu hijau dan emas beserta turunannya sebagai warna aksentuasi.



Gambar 2 Pemilihan Warna Kemasan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pilihan warna pada perancangan logo menggunakan warna-warna khas melayu Riau yaitu hijau dan emas beserta turunannya.



Gambar 3 Pemilihan Warna Logo

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam kebudayaan melayu, warna hijau melambangkan kemakmuran dan warna emas melambangkan kejayaan serta kemegahan. Warna putih gading sendiri dipilih untuk menciptakan kesan simpel, elegan sekaligus modern. Layout yang digunakan dalam proses perancangan kemasan bolu kemojo monalisa ialah layout asimetris yakni layout yang tidak seimbang namun tidak berarti berantakan sedangkan layout yang akan digunakan dalam proses perancangan logo bolu kemojo Monalisa adalah layout simetris. Layout ini digunakan untuk menyeimbangkan secara keseluruhan semua elemen yang ada pada kemasan. Penggunaan headline yang dibuat lebih jelas, dan body text yang dibuat lebih kecil dalam penggunaan font serta menempatkan ornament khas melayu agar menarik dan dapat menjadi point of interest. Tata letak akan dibuat semenarik mungkin untuk menunjukkan kelebihan dari kemasan tersebut.

Bentuk media utama dalam proses pembuatan kemasan bolu kemojo Monalisa yakni berbentuk kotak persegi yang simetris. Di bagian terluar kemasan terpasang box sleeve yang berisi logo dan detail lain mengenai bolu kemojo Monalisa. Selanjutnya terdapat kotak kemasan dengan lapisan tembus pandang mika agar konsumen dapat melihat bolu kemojo mana yang hendak ia pilih. Ukuran kotak yakni 15 cm x 15 cm dengan lebar keseluruhan 6 cm (lebar tutup 4,5 cm).

Media kemasan lain yang dapat mendukung media utama sebelumnya ialah kemasan travel pack bolu kemojo Monalisa. Kemasan ini berbentuk seperti kotak sepatu namun tanpa tutup box, melainkan box yang berbentuk slide in. Dilengkapi dengan tali untuk membawa isi bolu kemojo yang lebih dari dua. Ukuran kotak yakni panjang 32 cm dan lebar 15,5 cm x 15,5 cm.

Material untuk pembuatan kemasan utama yakni kertas ivory dengan ketebalan 300gr. Kertas ivory dipilih dikarenakan terlihat lebih bersih bagian dalamnya dan cerah. Kertasnya pun lebih kokoh walau tipis serta diberi finishing glossy baik luar maupun dalamnya. Material untuk bagian bolu kemojo yang dapat dilihat ialah mika bening yang transparan (putih). Material untuk pembuatan kemasan pendukung yakni kertas ivory juga dengan ketebalan 300gr.. Kertas ini dipilih agar kemasan mendukung susunan bolu kemojo Monalisa didalamnya lebih kuat dan tidak mudah merusak isi didalamnya. Tali yang digunakan yakni bahan tali kur yang berbentuk round tebal. Tali ini dipilih karena ternilai kuat dan lembut.

Hasil





Gambar 4 hasil perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Logo yang dibuat menggunakan motif pucuk rebung dengan mengambil beberapa ornamen yang terdapat pada motif pucuk rebung, pemilihan motif tersebut karena masyarakat tidak asing lagi dengan motif pucuk rebung. Kata M pada logo menggambarkan bahwa kata dari “Monalisa” sehingga masyarakat yang melihatnya dengan mudah mengingat logo Monalisa. Kemasan utama dibuat untuk melindungi produk agar tidak mudah rusak dan memudahkan pembeli untuk memegang kemasannya tanpa langsung menyentuh produk tersebut. Kemudian Secondary packaging memudahkan konsumen jika membeli lebih dari 3 karena secondary packaging mengkhususkan untuk bolu kemojo jika membeli 5 bolu yang akan di kemas dengan menggunakan secondary packaging, sehingga memudahkan konsumen jika membeli untuk diberi sanak saudara sebagai oleh-oleh khas Riau. Dan Display produk dibuat untuk memudahkan konsumen membeli bolu kemojo tanpa harus mencari dibagian mana bolu kemojo dijual, karena bolu kemojo masih hanya dititipkan di toko oleh-oleh saja belum memiliki toko sendiri maka dibuatlah display produk khusus untuk bolu kemojo Monalisa.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan ulang kemasan ini yaitu menampilkan kemasan yang dilengkapi dengan ilustrasi menarik sebagai pemuas visual dan juga nilai jual tersendiri. Hal ini dimaksudkan supaya pembaca dapat tertarik dengan makanan khas daerah tersebut dan membuat brand Monalisa lebih dikenal dengan lebih baik dan diharapkan fenomena tersebut mampu meningkatkan angka penjualan makanan khas di Indonesia. Ilustrasi pada kemasan ini dimunculkan di setiap kemasan, plastic bag, serta pada display, namun contoh kemasan utama, penulis sajikan secara lebih mendetail. Fenomena pengemasan ulang ini diangkat karena pada umumnya bolu tersebut jarang dikonsumsi karena kemasannya yang kurang informatif dan kurang menarik. Sumber data yang dipakai adalah data dari owner Bolu Kemojo Monalisa serta pendapat khalayak umum khususnya masyarakat riau serta turis, sehingga pembaca tidak perlu ragu pada data-data yang disampaikan. Kemasan ini pun selain diproduksi dalam bentuk cetak, disediakan juga format *softfile* nya untuk membantu owner Monalisa dalam mengembangkan produknya. Perancangan tugas akhir kemasan ulang ilustrasi mengenai Bolu Kemojo Monalisa ini dikerjakan atas dasar tanggung jawab sebagai mahasiswa Telkom University.

Dan disarankan agar memerhatikan setiap tahapan perancangan dengan baik, teliti, dan disiplin terhadap waktu, supaya membuahkan hasil yang diinginkan dan bisa lebih baik lagi. seperti Memahami dengan jelas dan mendetail terkait dengan fenomena ataupun permasalahan yang Anda angkat. Jika sulit menentukan topik, maka carilah fenomena yang menarik disekitar masyarakat, yang mampu dikaji secara visual sehingga menghasilkan solusi yang kreatif. Dan manfaatkan waktumu sebai mungkin dalam parancangan tugas akhir ini mulai dari riset dan survey bahan-bahan terbaik sebagai pendukung proses pencetakan kemasan tersebut.

Referensi

- Julianti, Sri. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuk, M.R. dan Krasovec, S.A. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Soewardikoen, D.W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. CV Dinamika Komunika, Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.