

# DESAIN KEMASAN PRODUK THAITEA DAN MOCKTAIL KYMUT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

*Thaitea and Mocktail Kymut Product Packaging Design as Promotional Media*

Yuwandi Rizky Lubis<sup>1</sup>, Muhammad Rusdi Tanjung<sup>2</sup>  
Prodi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Potensi Utama  
Yuwandirezki26@gmail.com<sup>1</sup>, rsd.adi@gmail.com<sup>2</sup>

## ABSTRAK

*Abstrak Persaingan bisnis minuman sedang ramai diminati banyak produsen di Medan, salah satunya adalah Thaitea and Mocktail Kymut. Thaitea and Mocktail Kymut merupakan usaha rumahan yang menjual produk minuman thaitea dan mocktail. Tetapi produk ini tidak diimbangi dengan kemasan yang baik. Padahal sekarang ini kemasan memiliki pengaruh yang besar bagi sebuah merek, kemasan menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen menginginkan suatu produk. Hal ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan omset penjualan antar produk. Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk merancang sebuah desain kemasan yang baru bagi thaitea and mocktail kymut sesuai dengan kriteria kemasan yang baik, sehingga pada akhirnya keseluruhan produk kymut dapat berdiri sejajar dan bersaing melawan kompetitor.*

*Kata kunci: kemasan, desain kemasan, minuman, thaitea dan mocktail*

## ABSTRACT

*Abstract Competition drinks business is in demand many manufacturers in Medan, one of which is Thaitea and Mocktail Kymut. Thaitea and Mocktail Kymut is a home business that sells thaitea and mocktail beverage products. But this product is not offset by good packaging. Whereas today packaging has a big influence on a brand, packaging becomes one of the factors that makes consumers want a product. This results in an inequality in sales turnover between products. Therefore, research was done to design a new packaging design for thaitea and mocktail kymut in accordance with good packaging criteria, so that in the end the whole kymut product can stand parallel and compete against competitors.*

*Keywords: packaging, packaging design, beverage, thaitea and mocktail*

## 1. PENDAHULUAN

Di dunia perindustrian khususnya industri minuman semakin hari semakin berkembang, dimana tiap-tiap industri bersaing mengembangkan produknya agar dapat menjadi yang terbaik. Karena semakin ketatnya persaingan didalam bidang industri ini, maka perusahaan memerlukan suatu strategi yang tepat dan efektif untuk tetap bertahan meningkatkan volume penjualan dan menarik pelanggan. Inilah yang menjadi latar belakang permasalahan dari penelitian ini, dimana penelitian ini dilakukan disebuah perusahaan minuman rumahan yaitu *Thaitea and mocktail Kymut*, selanjutnya dalam penelitian ini disebut *Thaitea and mocktail Kymut* yang permintaannya konsumen terhadap produknya pada akhir tahun 2019 sampai hari ini mulai mengalami penurunan karena desain produknya yang kurang menarik dan kalah bersaing dengan produk minuman dari produsen lainnya, penelitian ini juga melakukan observasi lapangan terhadap masyarakat luas yang berada di Kota Medan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat akan produk minuman yang mereka inginkan agar produk *Thaitea and mocktail Kymut* dapat berdiri sejajar dan bersaing melawan kompetitor lainnya.

Sebab Kondisi pasar sekarang ini menuntut standar yang semakin tinggi. Desain dari kemasan yang dimiliki oleh suatu produk dibuat semakin menarik untuk membuat konsumen ingin membelinya. Para pesaing bisnis minuman semakin gencar membuat desain kemasan dengan *visual* yang kekinian untuk memenuhi tuntutan dari konsumen.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Berikut beberapa tinjauan karya yang menjadi referensi penulis untuk membuat karya

1. Dalam jurnal karya dari Alfin NF Mufrenia. Yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)”, di jurnal ini membahas desain produk yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, sehingga *hipotesis* pertama bahwa design produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Dalam jurnal karya dari Melisa Natalia Limarta, Elisabeth Christine Yuwono dan Bambang Mardiono, Journal ini berjudul “Perancangan Desain Kemasan Produk Kumoje UD. WMS Jember”, di jurnal ini membahas tentang pengujian pada kemasan yang meliputi tes kemasan sebagai tempat, menarik, dapat melindungi, praktis, serta ketepatan ukuran.

## 3. METODE PENELITIAN

### A. Pengumpulan Data

1. Observasi Lapangan  
Observasi lapangan dilakukan langsung di gerai minuman *Thaitea* dan *Mocktail Kymut* di Jl. Karya, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan. Penulis mengumpulkan data dan informasi dari konsumen untuk mengetahui konsep awal yang akan digunakan untuk merancang desain kemasan *thaitea and mocktail kymut*.
2. Wawancara  
Pengkarya melakukan wawancara kepada para konsumen secara langsung. Penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.
3. Kuesioner  
Penulis memberikan kuesioner kepada mahasiswa dan masyarakat yang bertujuan untuk respon masyarakat terhadap produk *thaitea* dan *mocktail kymut*. Penulis membuat kuesioner yang berisikan 5 (lima) pertanyaan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Data

Tahap pengolahan data yang diperoleh dari subjek penelitian, kemudian diuraikan kembali menjadi beberapa kategori sehingga data yang dikumpulkan mampu menjadi sebuah solusi. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan metode S.W.O.T (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*).

*Strengths* Kekuatan yang dimaksud pada Desain Kemasan *thaitea dan mocktail Kymut* sebagai media promosi yaitu *thaitea and mocktail kymut* sendiri diharapkan mempunyai kekuatan dibagian *visual branding* yang kekinian dan juga memikirkan segi penjualan, pemasaran dan kualitas untuk konsumen.

*Weaknesses* Kelemahan pada produk *thaitea and mocktail kymut* sendiri yaitu produk yang dihasilkan tidak bisa bertahan lama, dan lebih baik diminum dihari pertama untuk menjaga kualitas rasa. Minuman *thaitea and mocktail kymut* juga bisa bertahan 3 hari bila ditaruh didalam lemari pendingin.

*Opportunities* penulis menemukan peluang untuk mengembangkan kembali minuman *thaitea and mocktail kymut* dengan cara memberikan tampilan yang berbeda dari tampilan yang sudah ada sebelumnya. selain menjual

atau memproduksi penulis juga berharap minuman *thaitea and mocktail kymut* dapat bersaing dalam dengan usaha – usaha minuman lainnya  
*Threats* Unsur ancaman dalam *thaitea dan moctail kymut* ialah bagaimana bersaing dengan gerai – gerai minuman yang sudah sangat terkenal.

2. Metode Berfikir

Penulis menggunakan metode mind mapping dalam perancangan buku ilustrasi untuk saF mengembangkan pola pikir kreatif serta menemukan jalan keluar dalam suatu masalah. Proses mind mapping yang dilakukan sebagai berikut :



Gambar 1. *Mind Mapping*  
 (Sumber :Yuwandi Rizky Lubis, 2020)

a. Tema

Tema karya yang penulis inginkan yaitu “sehat dan alami”, sehingga penulis menginginkan *visual branding* dari *thaitea and mocktail* agar terkesan menarik, simpel dan mudah diingat. *Thaitea and mocktail kymut* ini telah mempunyai visi misi yaitu "Minum dulu, Apasih yang dikejar ?".

b. Target Pasar

Target pasar yang akan menjadi sasaran yaitudari kalangan remaja sampai ke orang tua. Target pengguna pengkarya jabarkan menjadi beberapa *point*, yaitu demografis, psikografis, geografis. Penjelasan dari *point-point* target pengguna sebagai berikut :

1) Demografis

- Usia : 9 - 60 tahun
- Jenis Kelamin : Pria dan wanita
- Siklus Hidup : Belum menikah, menikah belum mempunyai anak, menikah mempunyai anak
- Profesi : Pelajar, Wiraswasta, ASN, dll.

- 2) Psikografis
    - Adapun sasaran yang dituju adalah semua kalangan dari menengah kebawah hingga menengah keatas.
  - 3) Geografis
    - wilayah Kota Medan.
3. Konsep Media
- Konsep media yang akan dibuat yaitu melalui media utama kemasan dan bentuk logo yang akan menjadi identitas dari produk itu sendiri. Media utamanya berupa botol plastik yang sudah diberi gambar logo dari *thaitea and mocktail* kymut. Selain media utama penulis juga membuat media pendukung seperti sosial media, Penulis menggunakan sosial media *Instagram* untuk memasarkan produk *thaitea and mocktail* kymut.
4. Visualisasi
- Visualisasi yang penulis buat antara lain sebagai berikut:
- Pengembangan Elemen Visual
- Pada tahap ini penulis mengembangkan elemen visual dari sketsa dasar logo, dan typografi.

a) Sketsa



Gambar 2. Sketsa logo  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

b) Typografi

Tulisan yang ada pada logo *thaitea* dan *mocktail* kymut menggunakan font “*arial rounded Mt bolt*” penulis menggunakan font ini karena lebih *friendly* dan tidak kaku.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

1234567890  
!@#\$%^&\*()

Gambar 3. Typografi  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

c) Warna

Warna juga mempunyai peran yang sangat penting untuk menampilkan pesan perusahaan. Karena warna bisa memberikan sugesti bagi orang yang melihatnya.



Gambar 4. Warna  
(Sumber :Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

5. Alternatif Desain

Pada tahap ini penulis melampirkan alternatif desain dalam kemasan *thaitea* dan *mocktail* kymut.

1.	<p>#cc6b2e #27241c</p>	<p>Menggunakan simbol nama "Kymut" yaitu rizky kymt agar mudah di ingat, dikenal dan salah satu cara menampilkan pendekatan dengan nilai pelanggan. Font yg digunakan yaitu "arial rounded MT bold" dengan serbian grey bold diharapkan dapat menampak konsentrasi pelanggan ditambah lagi icon botol dengan warna jingga untuk memberikan rasa semangat, mudah berkesan dan ramah.</p>	4.	<p>#cc6b2e #27241c</p>	<p>Logo ini buat dengan konsep yang sederhana, minimalis, dan efektif dimana bentuk gambar dipakai juga sebagai lingkaran yang memisahkan antara gambar adalah bentuk yang dilindungi, unik kecil yg merupakan mata melambungkan bunga dan tujuan positif perusahaan. dan dan yang diperlihatkan dengan tulisan kymut dan memilik warna coklat dan menggunakan warna hijau untuk menghargikan rasa semangat, dan segar.</p>
2.	<p>#010101</p>	<p>Menggunakan dua lingkaran yang melambungkan mata yang tentu beberapa untuk juga rasa dengan perantara, tulisan yang digunakan pada logo itu adalah "bodoni BOLD" dimana huruf "U" diganti oleh icon minuman, dan menggunakan dua tingkat tinggi dimana menunjukkan keseriusan perusahaan. kepada pelanggan semoga akan warna hitam agar terlihat jelas, mengedra.</p>	5.	<p>#da7c01 #157a0a</p>	<p>Melalui garis lengkung yang mengartikan awal dari usaha yang dijalan ditambah dengan icon botol dan dua buah daun yang ada dimana yang merupakan keseriusan pejuang dalam mempertahankan cita rasa. Menggunakan warna oranye untuk memberikan rasa semangat, dan tidak jenuh bagi yang melihatnya, sedangkan warna hijau untuk menghargikan rasa semangat, dan segar (fruit).</p>
3.	<p>#cc6b2e #27241c #cc6b2e #27241c</p>	<p>Dua daun yang ada pada logo menghargikan daun tea yang berasal dari Thailand yg dikenal mempunyai rasa yang khas dan memunculkan identitas perusahaan. Dan menggunakan 7 bintang karena perusahaan ini sudah bisa berjalan dengan menggunakan pelayanan terbaik. Menggunkan warna hijau untuk menghargikan rasa semangat, segar, dan menginspirasi pelanggan dengan suasana alami. Dan pemilihan font "arial" sebenarnya lebih kepada penyerasan dengan bentuk logo.</p>	6.	<p>#716f10 #000000 #cc6b2e</p>	<p>Menggunakan wajah dari owner yang tersenyum sebagai lambang atau icon dari perusahaan yang diharapkan mudah untuk menarik perhatian orang yang melihatnya dan juga bisa diakui banyak orang. Menghamburkan warna coklat hijau, putih dan kuning langka. Agar terlihat menarik dan mudah diingat.</p>

Gambar 5. Alternatif Desain  
(Sumber :Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

6. Desain Terpilih

Dari alternatif desain yang sudah dibuat, terpilih desain alternatif 1 yang cocok untuk mencitrakan dari susu kambing Etawa. Dengan tampilan yang modern, dan kekinian cocok untuk menggambarkan minuman susu kambing etawa yang di desain dengan modern. Dari desain logo yang dipilih menjadi tampilan yang visioner untuk di masa depan.



Gambar 6. Desain Terpilih  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

## 7. Deskripsi Karya

### a. Media Utama

Media utama dari perancangan ini adalah kemasan botol dan *standingpouch*, berikut adalah kemasannya.



Gambar 7. kemasan *Standing Pouch*  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

b. Media Pendukung

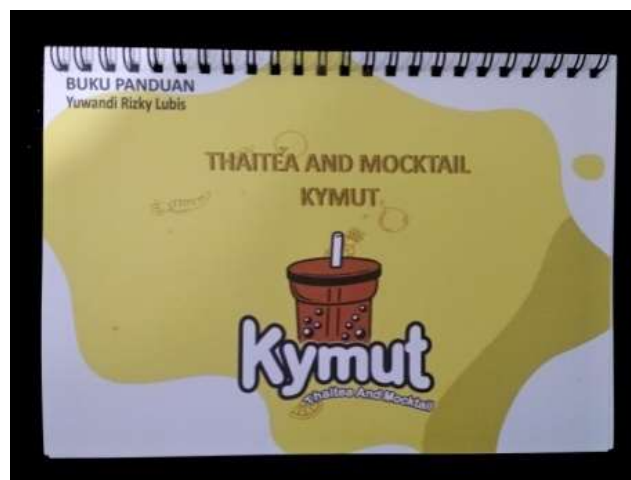
Adapun media pendukung yang penulis gunakan agar lebih menarik, antara lain sebagai berikut :



Gambar 8. Kemasan *Standing Pouch*  
(Sumber :Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

c. Buku Panduan Karya

Buku panduan karya memuat penjelasan tahap pembuatan seperti pemilihan tema, desain logo, penggunaan *font*, penggunaan warna, dan tahap merealisasikan ke digital.



Gambar 9. Buku Panduan Karya  
(Sumber: Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

8. Pembahasan

Pada tahap ini pengkarya melakukan persebaran kuesioner melalui *googleform* untuk mengetahui respon masyarakat terhadap produk *thaitea and mocktail kymut*. Pengkarya membuat kuesioner yang berisikan 5 pertanyaan. Adapun pertanyaan yang pengkarya berikan adalah sebagai berikut.



Gambar 10. Kegiatan Pameran  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

Persebaran kuesioner melalui *google form* untuk mengetahui respon masyarakat terhadap buku ilustrasi 8 etnik Sumatera Utara. Pengkarya membuat kuesioner yang berisikan 5 pertanyaan.



Gambar 11. Kuesioner Google Form  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

Hasil kuesioner karya dari 33 responden diakumulasi sebagai berikut :

a) Nama

Nama
33 tanggapan
Febri suhandika
riky
Yosua
rio octavian chan
Eka ningsih
Alfin Ismail
Chairil
Dicky pratama
Lia

Gambar 12. Hasil Kuesioner Pertanyaan 1  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)



b) Usia



Gambar 13. Hasil Kuesioner Pertanyaan 2  
(Sumber : Yuwandi Rizky Lbs, 2020)

Sebanyak 33 responden memberikan tanggapan sebanyak 23 orang berusia 20-23 tahun, dan 10 orang berusia 24-30 tahun.

- a) Bagaimana menurut anda kemasan baru thaitea dan mocktail kymut?  
Sebanyak 33 responden memberikan tanggapan, komentar, dan pendapat yang beraneka ragam.
- b) Apa yang anda sukai dari kemasan yang baru ini ?  
Sebanyak 33 responden memberikan tanggapan, komentar, dan pendapat yang beraneka ragam.
- c) Usulan apa yang anda ingin berikan kepada owner minuman tersebut  
Sebanyak 33 responden memberikan tanggapan, komentar, dan pendapat yang beraneka ragam.

#### 4. KESIMPULAN

Sekarang ini persaingan antara usaha minuman semakin ketat. Pemasalahan datang bukan dari promosi tetapi berasal dari kemasan dan berdasarkan pengalaman penulis selama melaksanakan penelitianditemukan bahwa kemasan yang lama memiliki permasalahan dalam segi fungsional maupun visual. Seperti halnya kemasan yang lama tidak dapat menjamin isi dari minuman tidakakan tumpahjika dibawa konsumen.

#### 5. SARAN

Melalui perancangan ini, diharapkan desain kemasan yang baru dapat menjawab segala permasalahan yang ada. Kemasan didesain sesuai dengan kriteria kemasan yang baik melalui inovasi pada beberapa unsurnya dan pada akhirnya mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk *thaitea and mocktail* kymut sehingga penjualan antar produk dapat seimbang dan bersaing dengan kompetitor lainnya

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan salawat beriring salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama dalam membantu dan memberikan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Philip, K. (2002). *Marketing Management Millenium Edition*. Prentice Hall International
- [3] Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain kemasan: Perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan*. Penerbit Erlangga.
- [4] Limarta, M. N., Yuwono, E. C., & Mardiono, B. (2017). Perancangan Desain Kemasan Produk Kumoje UD. WMS Jember. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(10), 8.
- [5] Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.
- [6] Hidayat, K. S. (April 2019). <https://www.jurnal.id/id/blog/6-strategi-efektif-untuk-hadapi-persaingan-bisnis-kuliner/>
- [7] Santoso, D., & Purba, R. (2020). Visual Branding Makanan Tradisional Makanan Getuk Lindri Dalam Konsep Modern. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 91-102.