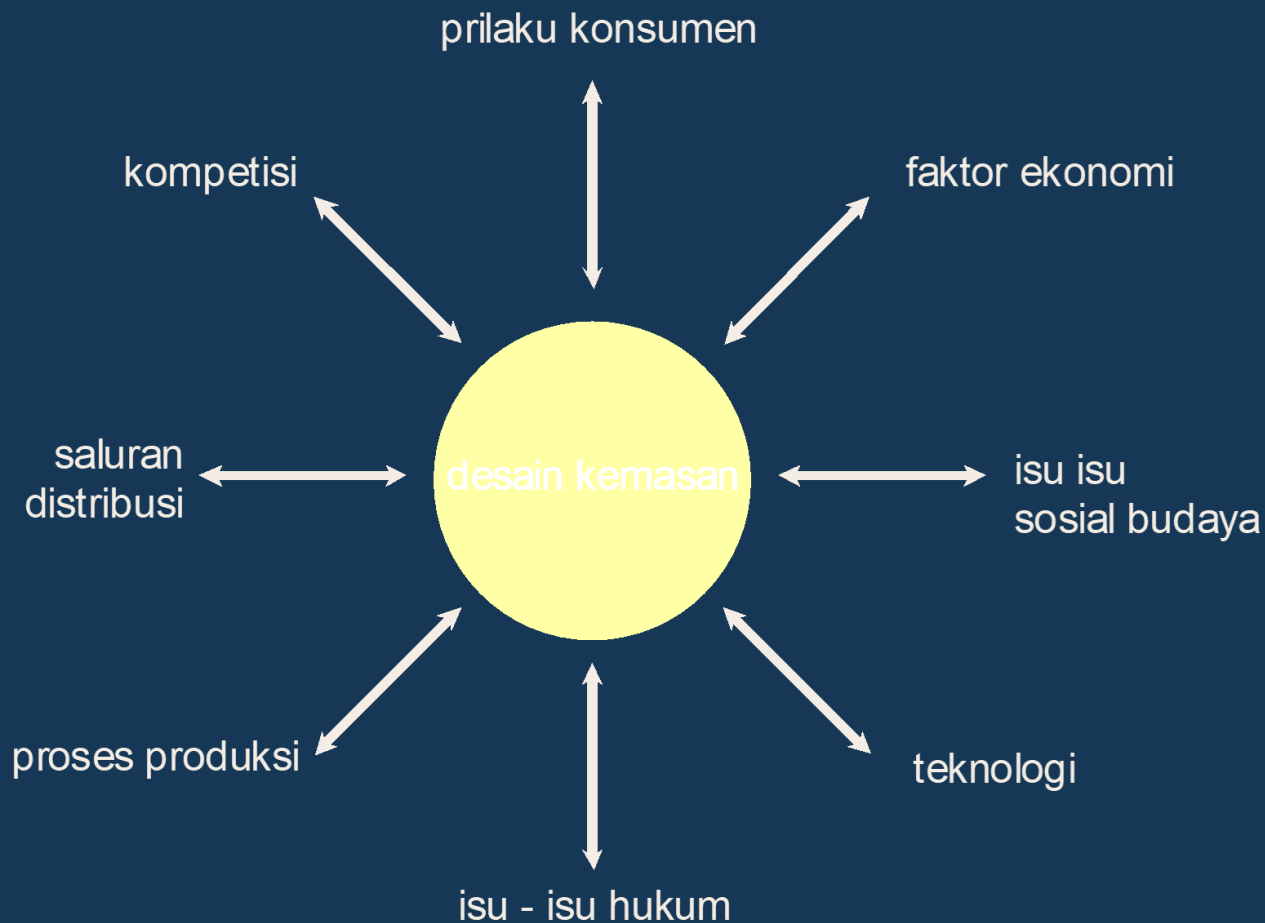


DP505 – Desain Kemasan
TUJUAN UMUM
PACKAGING

- Menampilkan atribut unik produk
- Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
- Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk
- Memperkuat perbedaan antara ragam produk
- Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yg sesuai dg kategori
- Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif utk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan / meningkatkan fungsionalitas.



FAKTOR YG MEMPENGARUHI DESAIN PACKAGING



Kekuatan merek sangat penting dalam pemasaran, apalagi kebanyakan orang membeli berulang-ulang bahkan menjadi teratur membeli terutama consumer goods. Di pasar, orang dihadapkan pada banyak pilihan. Tentu saja hanya merek yang menonjol atau dikenal yang dilirik. Kecenderungan ini membuat pasar consumer goods bersifat oligopolis, artinya didominasi beberapa merek tertentu saja alias didominasi merek-merek besar.

1. Faktor Pengamanan
2. Faktor Ekonomi
3. Faktor Pendistribusian
4. Faktor Komunikasi
5. Faktor Ergonomi



PERAN TYPOGRAFI

Nama Merk

Teks Sekunder

Penjelasan Produk

Teks Romantis

Teks Wajib

Fakta Nutrisi (effek)



Evaluasi kemasan (Model VIEW)

V = Visibilitas

I = Information

E = Emotional Appeal

W = Workability

Visibilitas. Visibilitas terkait dengan kemampuan suatu kemasan untuk menarik perhatian pada poin-pembelian. Tujuannya adalah untuk memiliki suatu kemasan yang menonjol/lain dari yang lain di atas rak, hingga ia memotong citra merek. Kemasan-kemasan berwarna cerah, khususnya efektif untuk memperoleh perhatian konsumen.

Informasi. Informasi berhubungan dengan instruksi pemanfaatan produk, berbagai keuntungan yang disebut, slogan-slogan, serta informasi tambahan yang dihadirkan pada atau di dalam kemasan. Tujuannya adalah menyediakan tipe dan kuantitas informasi yang tepat tanpa menjejali kemasan dengan informasi yang berlebihan hingga mengganggu informasi yang utama atau justru mempermudah tampilan kemasan.

Evaluasi kemasan (Model VIEW)

V = Visibilitas

I = Information

E = Emotional Appeal

W = Workability

Daya Tarik Emosional. Daya tarik emosional diperhatikan dengan kemampuan kemasan untuk menimbulkan perasaan ingin atau suasana hati mendukung. Kemasan untuk beberapa merek tanpa kandungan emosional secara nyata, serta memberi penekanan selain informasi tentang isi, sementara kemasan merek-merek lainnya menekankan kandungan emosional serta berisi informasi yang sangat sedikit.

Daya/kemampuan untuk Dikerjakan (**Workability**). **Workability** merujuk fungsi dari suatu kemasan lebih dari sekedar cara berkomunikasi. **Workability**, tentu saja, adalah masalah yang relatif. Tujuannya adalah mendesain suatu kemasan yang sebisa mungkin workable bagi sisi ekonomis pengecer maupun konsumen. Daya tarik emosional mendominasi untuk beberapa produk, informasi adalah hal terpenting untuk produk lainnya, sementara visibilitas dan **workability** umumnya penting bagi seluruh produk.

Mendesain Kemasan.

Tahap 1: Menentukan Tujuan Pemosisian Merk Tahap pertama proses desain kemasan ini mengharuskan tim manajemen merk menspesifikasi positioning merk tersebut dalam benak konsumen dan dalam persaingan dengan berbagai merk kompetitif.

Tahap 2 : Melakukan Analisis Kategori Produk Penting bagi manajer untuk mempelajari kategori produk serta berbagai kategori lainnya yang berhubungan guna menentukan trend yang relevan atau mengantisipasi peristiwa yang akan mempengaruhi keputusan pengemasan.



Tahap 5 : Menentukan Prioritas Komunikasi Tahap ini secara sederhana mendorong desainer kemasan untuk menentukan prioritas verbal dan visual bagi kemasan. Poin-pembelian atau lingkungan toko, memeberikan peluang akhir bagi para pemasar untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Poin-pembelian adalah waktu yang ideal untuk berkomunikasi dengan para konsumen karena inilah saatnya berbagai keputusan pemilihan produk dan merek dibuat. **PROMOSI POIN-PEMBELI**





MATERIAL KARDUS : sebagai pembungkus delivery



1. Single Face Corrugated



2. Single Wall (Double Faced)
Corrugated



3. Double Wall Corrugated



4. Triple Wall Corrugated

Ukuran
ketebalan
kardus



Contoh umum kardus delivery



Kombinasi kardus memadukan warna-dengan pegangan-ketika ditumpuk



Kemasan dus delivery dengan simbol lengkap – ukuran - elektronik



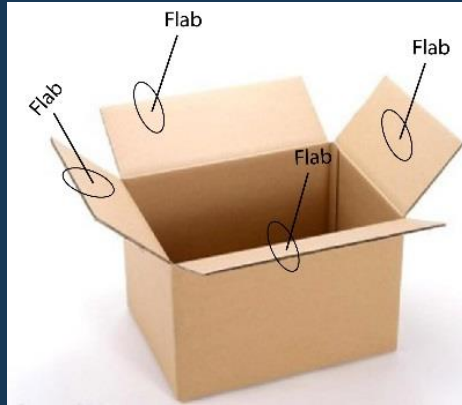
Dus delivery dengan pegangan



Simbol kemasan delivery

“ [Gen Z] are highly educated and globally connected, being the first generation to grow up with the internet, and clearly recognise the impact that businesses doing meaningful good can have on creating a better world.

Andy Last, CEO of SALT Communications



“ Millennial parents look for brands that make a positive contribution to society: 59% of global millennials agree that brands should actively participate to improve causes, while 54% are more loyal to brands that improve societal or ecological issues. *Initiative, 2015*”



Kemasan dus dan styrofoam , flab , kemasan elektronik

Gunakan Double Wall Cardboard

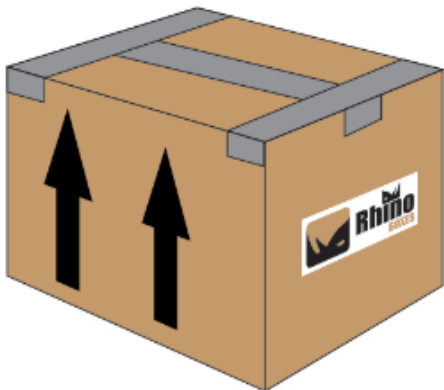
Dalam dunia ekspedisi, Kita tidak akan pernah tahu apa yang akan terjadi dengan paket anda. Beribu-ribu paket yang ada saat proses pengiriman sangat memungkinkan untuk paket tertindih atau terbanting saat proses pengiriman.



Gunakan H-Taping Method

Setiap dus akan direkatkan dengan tape, gunakan jenis tape yang tepat agar paket tidak gampang terbuka saat pengiriman. Pakailah tape yang digunakan khusus untuk packing. Hindari penggunaan masking tape atau tali untuk packing karena mudah terbuka dan dapat tersangkut saat proses pengiriman.

The "H" Taping Method

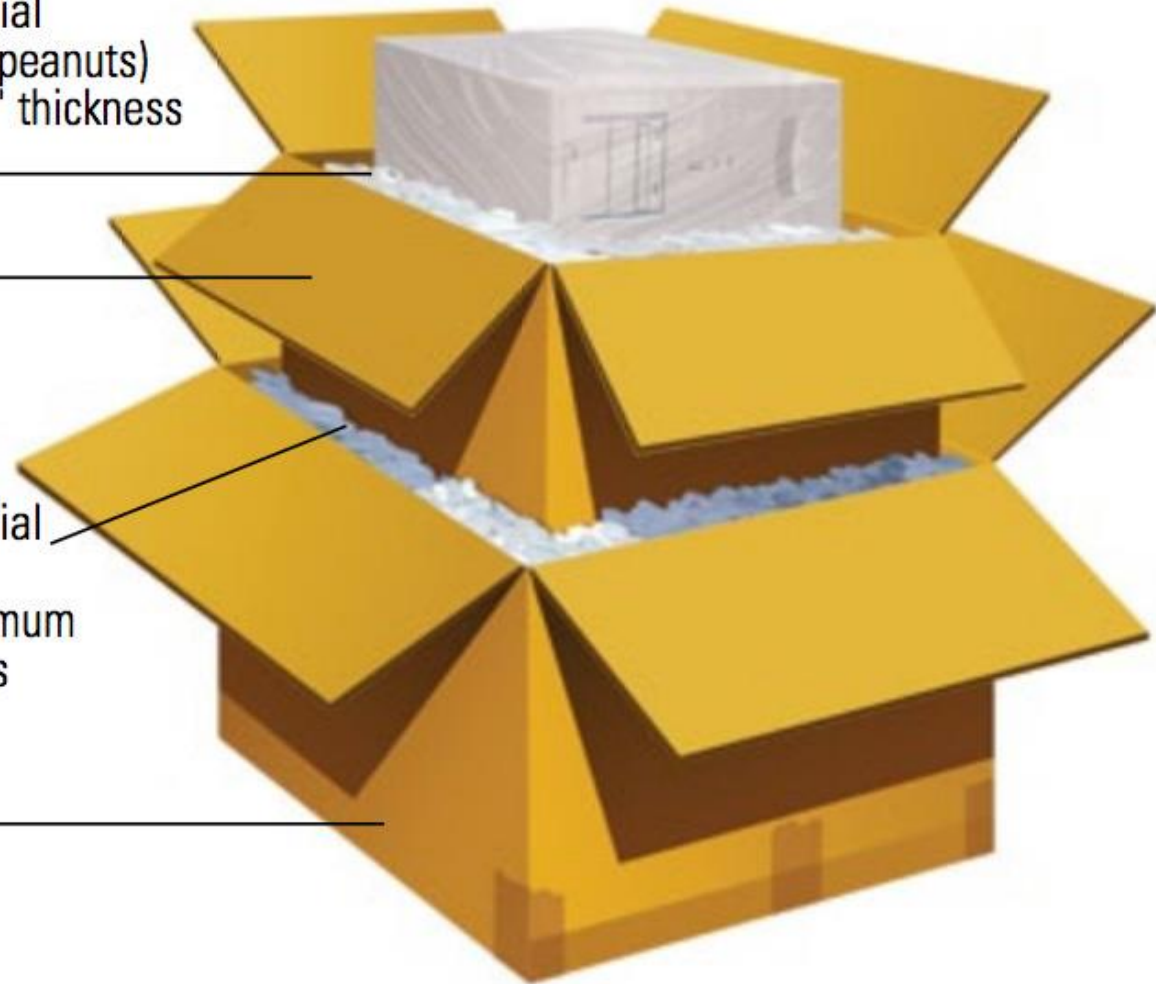


Packing material
(e.g., loosefill peanuts)
minimum of 2" thickness
on each side

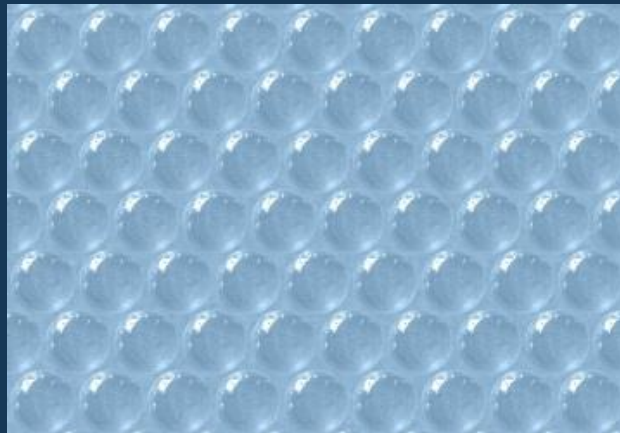
Inner box

Packing material
(e.g., loosefill
peanuts) minimum
of 3" thickness
on each side

Sturdy
outer box

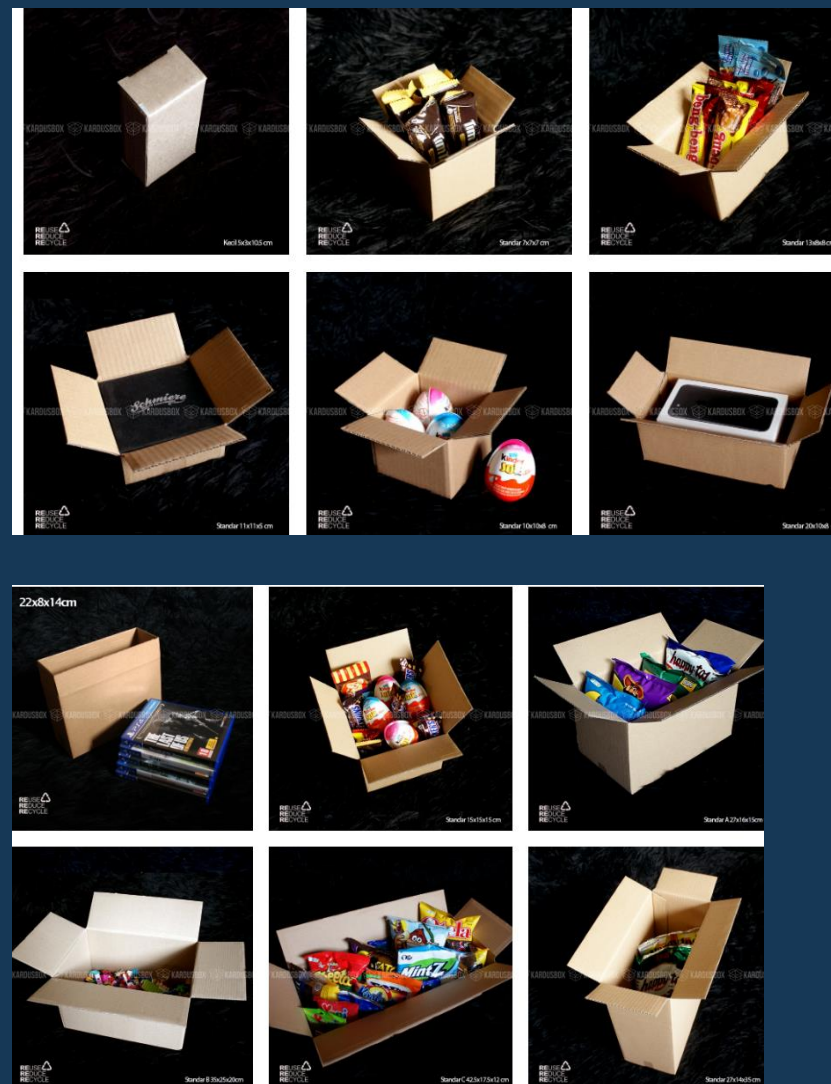
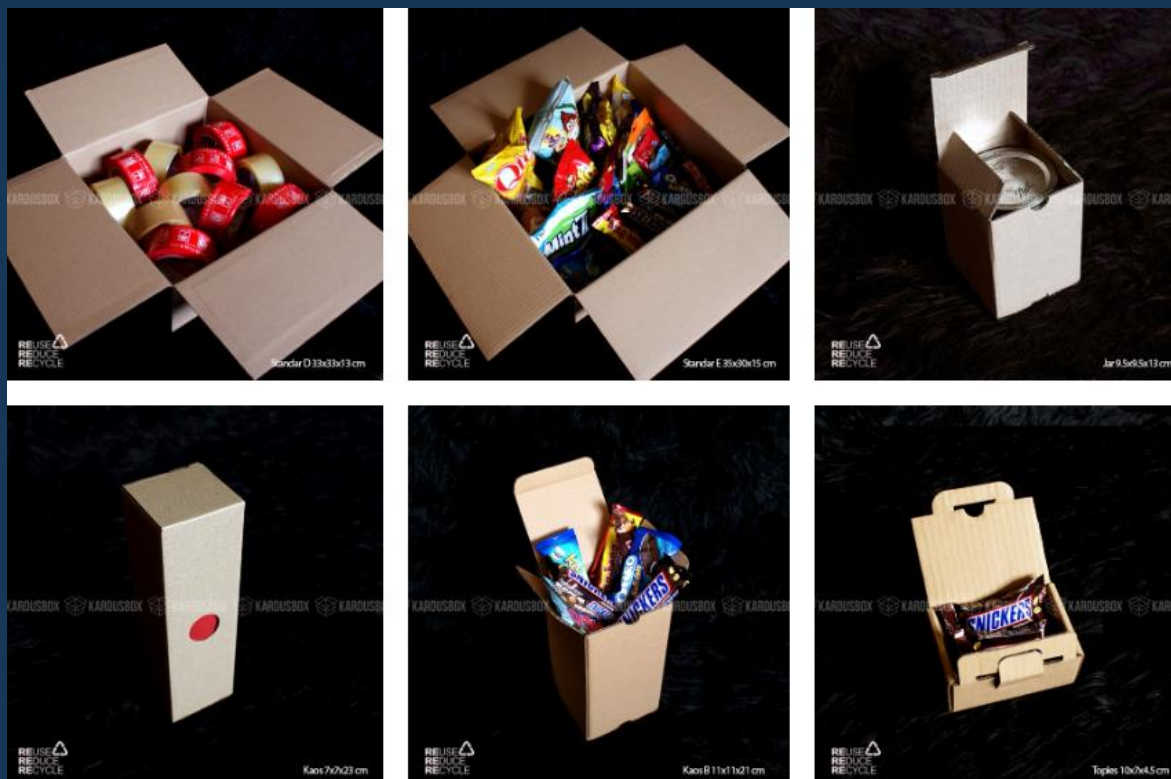


Masukan dus ke dalam dus



Berikan perlindungan ekstra dengan Bubble Wrap, Styrofoam atau kayu

Konsep desain kemasan yang telah memiliki sertifikat internasional



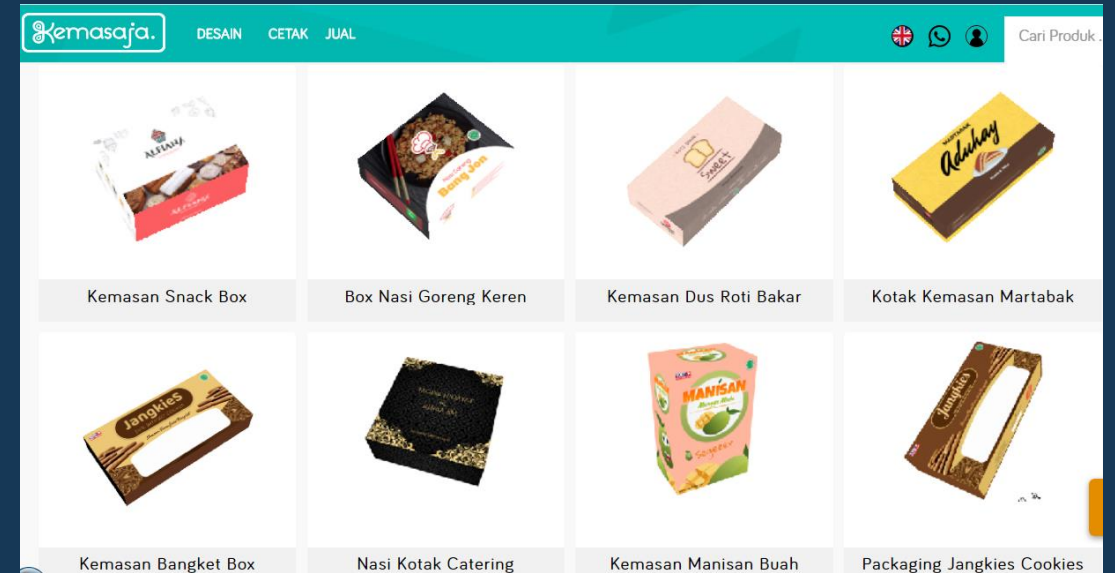
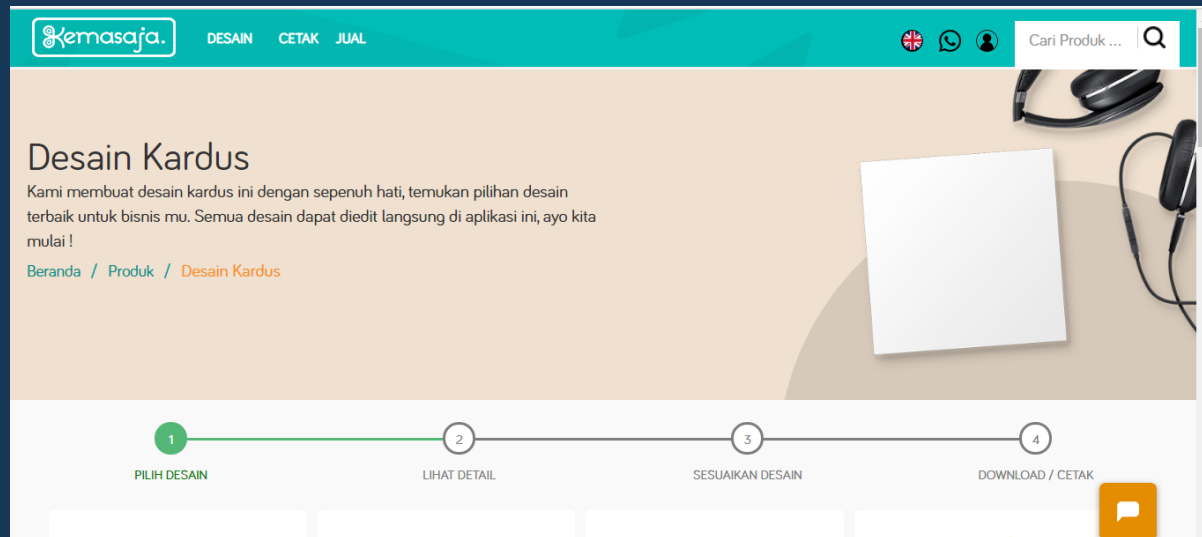




Berbagai desain dus dengan spesifikasi kegunaan



Berbagai desain dus dengan spesifikasi kegunaan



Kemas aja adalah situs menampilkan interaktif web dalam hal ide desain. Dengan memilih template terbaik dan sekaligus mengajak publik membuat proses

Sekian
td 01-2021