



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN ULANG VISUAL KEMASAN

MAHARAJA COFFEE

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Vanessa Fabiola Tanujaya

NIM : 11120210031

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanessa Fabiola Tanujaya
NIM : 11120210031
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN ULANG VISUAL KEMASAN MAHARAJA COFFEE

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 29 Juni 2015

Vanessa Fabiola Tanujaya



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG VISUAL KEMASAN

MAHARAJA COFFEE

Oleh

Nama : Vanessa Fabiola Tanujaya

NIM : 11120210031

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 2 Juli 2015

Pembimbing

Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Pengaji

Ketua Sidang

Greysia Susilo, S.E., S.Sn., M.Hum.

Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat dan pertolongan dariNya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir beserta laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Visual Kemasan Maharaja Coffee”. Penulis tertarik mengangkat topik ini setelah melihat adanya ketidak sesuaian visual kemasan terhadap *value* dan harga produk Maharaja Coffee yang seharusnya bernilai tinggi. Sebagai produk kopi asli Indonesia yang juga diolah dan dipasarkan di Indonesia, sudah sepantasnya Maharaja Coffee memiliki kemasan yang memiliki kesan mewah dan eksklusif.

Topik Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk para desainer dalam mendesain sebuah kemasan. Selain menjadi referensi, penulis juga berharap Tugas Akhir ini mampu menjadi bahan pertimbangan bagi Maharaja Coffee dalam penggunaan desain kemasan yang sesuai untuk produk kopi tersebut.

Untuk mendapatkan topik yang sesuai pengumpulan data, hingga penyusunan Tugas Akhir penulis lalui dengan berberapa penolakan hingga berganti topik yang saat ini telah penulis selesaikan sebagai Tugas Akhir. Melalui Tugas Akhir ini penulis lebih belajar mengenai desain kemasan dan bahan kemasan yang digunakan, hingga percetakan untuk kemasan kopi, *pop up display*, dan lain-lain.

Tugas Akhir ini tidak dapat rampung tanpa bantuan dari orang-orang di sekitar penulis. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Desi Dwi Kristanto, M.Ds., selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual
2. Bapak Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku pembimbing yang memberikan banyak saran selama proses pembuatan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
3. Bapak Kasmito selaku pemilik Maharaja Coffee yang bersedia diwawancara untuk data penulis.
4. Kepada teman dekat penulis, Miranti, Aca, Yu, Jenifer, Santi, Yu, Tara, kelompok bimbingan yang saling membantu dan bertukar pikiran dalam penyelesaian Tugas Akhir, serta teman penulis lainnya yang tidak dapat dituliskan satu persatu.
5. Kedua orang tua dan adik-adik yang turut membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir, juga membantu dalam proses penyelesaian hasil akhir.

Tangerang, 29 Juni 2015

Vanessa Fabiola Tanujaya

ABSTRAKSI

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Kekhasan kopi Indonesia menjadi sangat mahal karena kualitasnya yang prima dan tingginya minat konsumen dari luar negeri terhadap kopi Indonesia. Sudah seharusnya kualitas tinggi itu diimbangi dengan penampilan yang menarik dan mewah sesuai dengan harga kopi Indonesia yang terbilang tinggi. Terutama dalam hal kemasan, dimana kemasan tersebut merupakan iklan satu detik bagi produk itu sendiri yang akan menjadi daya tarik utama konsumen dijajaran rak supermarket. Namun, penulis menemukan adanya merek kopi, Maharaja Coffee, yang memiliki kemasan tidak sesuai dengan kesan mahal dan mewah kopi Indonesia dan juga segmentasi pasarnya. Maka penulis tertarik untuk merancang ulang visual kemasan Maharaja Coffee agar lebih tepat sasaran sesuai dengan segmentasi pasar Maharaja Coffee. Dalam perancangan, penulis menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dengan pemilik perusahaan, dan studi literatur. Dengan demikian, didapatkan berbagai data yang mendukung untuk perancangan ulang visual kemasan Maharaja Coffee dan diimplementasikan dalam hasil cetak.

Kata kunci : kopi, Indonesia, kemasan, visual



ABSTRACT

Indonesia ranked 4th as the largest producer of coffee beans under Brazil, Vietnam, and Colombia. The uniqueness of Indonesian coffee makes it more expensive and high quality as the consumer from other countries outside Indonesia showed much interest for Indonesian coffee. To make it balance, it is a must to pack the coffee with an elegant and luxurious packaging. As packaging also plays a role as one second advertising for the product at supermarket. However, there's a brand called Maharaja Coffee which has bad layout for the packaging and far from the high-call impression of Indonesian coffee and did not match with the market segmentation they targeted. Due to that issue, the writer interested to make a new visual of Maharaja Coffee's packaging so that the packaging can match with the target market. During the design process, the writer use qualitative method (observing, interview with the owner, and literature study. The final product will be a packaging with a new visual for Maharaja Coffee.

Keywords: coffee, Indonesia, packaging, visual



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	3
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	3
1.7. Metode Perancangan	4
1.8. Skematika Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8

2.1.	Kemasan.....	8
2.1.1.	Kemasan sebagai Alat Komunikasi dan Identitas Produk	9
2.1.2.	<i>The Primary Display Panel (PDP)</i>	10
2.2.	Desain Kemasan.....	13
2.2.1.	Struktur dan Material	13
2.2.2.	Warna Kemasan.....	14
2.2.3.	Tipografi.....	15
2.2.4.	Fotografi dan Ilustrasi	18
2.2.5.	Tata Letak.....	19
2.2.6.	<i>Violator</i>	19
2.3.	Kopi	20
2.3.1.	Kopi Indonesia.....	21
2.3.2.	Kemasan Kopi	22
	BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN	24
3.1.	Gambaran Umum Data Primer.....	24
3.1.1.	Wawancara	25
3.1.2.	Pengamatan Lapangan/Observasi	28
3.1.3.	Analisis Data	32
3.1.4.	Studi <i>Existing</i>	34
	BAB IV	39
	KONSEP DAN PERANCANGAN	39
4.1.	Konsep Perancangan	39

4.1.1.	Tujuan Perancangan	39
4.1.2.	Strategi Perancangan.....	39
4.2.	Mind Mapping	40
4.3.	Brainstorming.....	40
4.4.	Perancangan	41
4.4.1.	Hasil Akhir	53
4.4.2.	<i>Budgeting.</i>	57
BAB V		59
PENUTUP		59
5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		XIV



DAFTAR GAMBAR

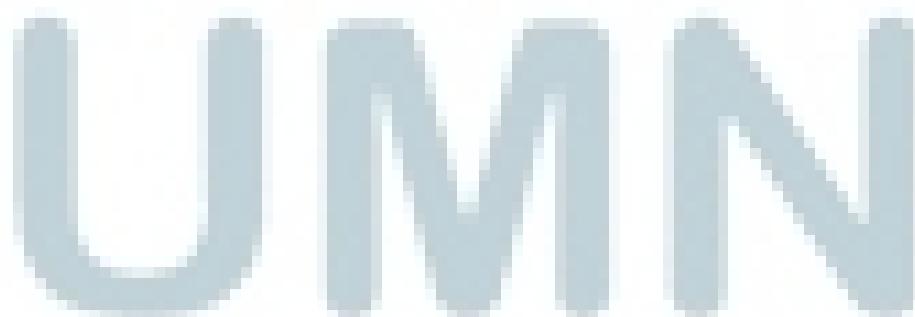
Gambar 1.1. Skematika Perancangan	7
Gambar 2.1. Kemasan Primer, Sekunder, Tersier	9
Gambar 2.2. Label Produk (<i>Primary Display Panel</i>)	12
Gambar 2.3. <i>Gusseted Bags</i> dengan Berbagai Material	14
Gambar 2.4. Contoh <i>Violator</i>	20
Gambar 3.1. Logo Maharaja Coffee	27
Gambar 3.2. JJ Royal dan Maharaja Coffee di Food Hall Mall Kelapa Gading ...	30
Gambar 3.3. Quintino's Coffee dan Maharaja Coffee di Farmers Market Mall Kelapa Gading	31
Gambar 3.4. Excelso di Farmers Market Mall Kelapa Gading	32
Gambar 3.5. Kemasan Quintino's Tampak Depan dan Belakang	34
Gambar 3.6. Kemasan JJ Royal Tampak Depan dan Belakang	35
Gambar 3.7. Kemasan Excelso Tampak Depan, Samping, dan Belakang	36
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i>	40
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i>	40
Gambar 4.3. Motif Kerawang Gayo (Mun Berangkat) dan Vektor	42
Gambar 4.4. Motif Ulos Ragi Hidup dan Vektor	42
Gambar 4.5. Motif Batik Parang Rusak dan Vektor	43
Gambar 4.6. Motif Ukiran Toraja dan Vektor	44
Gambar 4.7. Motif Gringsing (Mandala) dan Vektor	45
Gambar 4.8. Motif Tenun Ikat Ngada dan Vektor.....	45
Gambar 4.9. Motif Batik Cendrawasih dan Vektor	46

Gambar 4.10. Motif Tenun Ikat Pakan Cobo-Cobo dan Vektor	46
Gambar 4.11. Tata Letak Kemasan	47
Gambar 4.12. Sketsa Alternatif Kemasan Tampak Depan	48
Gambar 4.13. Sketsa Kemasan Tampang Depan, Samping, dan Belakang	49
Gambar 4.14. Sketsa Tulisan Tangan Origin Kopi.....	52
Gambar 4.15. Sketsa Tulisan Tangan Origin Kopi yang Telah Dibuat Menjadi Vektor.....	52
Gambar 4.16. Sketsa yang Terpilih	53
Gambar 4.16. Hasil Akhir Kemasan <i>Ground Coffee</i>	55
Gambar 4.17. Hasil Akhir Kemasan <i>Coffee Beans</i>	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Perbedaan Kopi Robusta dan Arabika	21
Tabel 2.2. 7 Besar Penghasil Kopi di Dunia per Januari 2015 oleh <i>International Coffee Organization</i>	22
Tabel 3.1. Hierarki Tata Letak Kopi Quintino's	34
Tabel 3.2. Hierarki Tata Letak Kopi JJ Royal.....	35
Tabel 3.3. Hierarki Tata Letak Kopi Excelso.....	36
Tabel 4.1. Tabel Penggunaan Warna Untuk Setiap Origin	49
Tabel 4.2. Tabel <i>Budgeting</i> Perancangan dan Promosi	57



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: SKETSA PERANCANGAN KEMASAN	XIV
LAMPIRAN B: WAWANCARA DENGAN BAPAK KASMITO.....	XVI
LAMPIRAN C: SKETSA TULISAN TANGAN	XVIII
LAMPIRAN D: KARTU BIMBINGAN	XIX

UMN