

ANALISA ELEMEN GRAFIS DESAIN KEMASAN KOLABORASI KOSMETIK MIZZU DENGAN BISKUIT KONGHUAN

Afida Gayego, Prof. Dr. Wegig Murwonugroho S.Sn M.Hum

Abstract

Packaging in product marketing is very important to protect the product, over time the packaging not only serves to protect the product but at this time can also be one of the factors that consumers buy the product by looking at the value to aesthetics and attractive design so that consumers can be interested in buying the product. .

Therefore, there are many products today that also pay attention to the packaging design, one of which is a cosmetic brand called MIZZU.

MIZZU started to develop its packaging design by collaborating with the famous KHONG GUAN biscuits in Indonesia. The uniqueness of this collaboration makes MIZZU has its own charm for consumers. This analysis uses qualitative research methods based on data and related theories. By starting from discussing the attractiveness of this product packaging, starting from the graphic elements, colors, layout and typography as well as the function of the packaging to become a consumer attraction.

Keywords: Design, Attractiveness, attractive, packaging, graphic elements, cosmetics

Abstrak

Kemasan dalam pemasaran produk sangat penting untuk melindungi produk , seiring berjalannya waktu kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk namun saat

ini juga dapat menjadi salah satu faktor konsumen membeli produk tersebut dengan dilihat dari nilai ke estetikaan dan desain yang menarik sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli produk. Maka dari itu banyak sekali produk zaman sekarang yang juga memperhatikan desain kemasannya, salah satunya yaitu *Brand* kosmetik bernama MIZZU.

MIZZU mulai mengembangkan desain kemasannya dengan berkolaborasi Bersama biscuit KHONG GUAN yang terkenal di Indonesia. Keunikan dari kolaborasi inilah membuat MIZZU memiliki daya Tarik tersendiri untuk konsumen. Analisis ini menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan data dan teori yang terkait. Dengan dimulai dari membahas daya Tarik yang ada pada kemasan produk ini dimulai dari elemen-elemen grafis, warna, tataletak dan tipografi serta fungsi kemasan hingga menjadi daya Tarik konsumen.

Kata Kunci : Desain, Daya Tarik, menarik, kemasan, elemen grafis, kosmetik

Pendahuluan

Kemasan merupakan wadah atau tempat untuk menyimpan suatu produk agar terlindungi dari berbagai macam hal yang dapat merusak produk. Sebelum perkembangan zaman yang begitu pesat, kemasan hanya terbuat dari berbagai bahan alami seperti daun, kayu , kain dan sebagainya, hingga pada saat ini kemasan sudah terbuat dari bahan bahan yang lebih kuat dan keamanannya terjamin seperti , Logam, Kaca, Kayu, Aluminium, Karton dan masih banyak lagi. Selain mengutamakan fungsi

keamanan, desain dalam kemasan juga sangat penting dan menjadi faktor utama untuk penjualan produk, karena dengan adanya desain yang menarik konsumen akan penasaran dengan produk dan keinginan konsumen meningkat. Desain pada kemasan dilihat dari elemen grafis, warna, tata letak, dan tipografinya serta informasi penting produk yang tercantum dikemasan, tujuannya untuk mempromosikan produk serta agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut

Desain kemasan pada produk sama pentingnya dengan logo pada brand, kemasan produk menjadi ciri khas dari brand tersebut sebagai identitas. Tidak sedikit brand yang berani membuat desain unik dan menarik bahkan hingga melakukan kolaborasi dengan brand lain agar terlihat menarik dimata konsumen, Salah satunya dibidang kosmetik. Saat ini produk kosmetik sangat berkembang untuk anak anak remaja dan dewasa khususnya di kalangan perempuan, bagi perempuan kosmetik termasuk bagian penting yang harus dimiliki untuk mempercantik diri, maka dari itu brand kosmetik MIZZU berani membawakan desain kemasan yang berkolaborasi dengan brand biskuit terkenal di Indonesia yaitu Khong Guan.

MIZZU merupakan brand kecantikan asal Indonesia yang berhasil menempus pasar nasional maupun internasional, dengan motto nya yang mendukung tentang kecantikan dalam diri tidak ada batas, serta memegang teguh bahwa mata adalah sumber utama kecantikan, brand ini juga memfokuskan ke kosmetik bagian mata. Selain itu kemasan yang simple menjadi ciri khas pada MIZZU kosmetik dengan warna hitam putih berpola zebra membuat MIZZU memiliki daya Tarik tersendiri. MIZZU kosmetik sangat mengutamakan keunikan pada kemasan, ini dapat dilihat dari MIZZU berani melakukan kolaborasi dengan brand biskuit Khong Guan untuk menjadi desain kemasannya. Seperti yang kita ketahui biskuit Khong Guan sangat terkenal dikalangan masyarakat seluruh Indonesia karena rasanya yang manis dan lezat. Hasil kolaborasi

dari kedua brand tersebut menciptakan suatu desain yang menarik dan unik pada kemasan produk face pallete milik MIZZU. Warna kemasan hitam putih khas MIZZU berubah menjadi kemasan kaleng biskuit Khong Guan menjadikan MIZZU berani tampil berbeda dengan daya tariknya tersendiri sehingga membuat penulis tertarik untuk menganalisa desain kemasan dari MIZZU yang berkolaborasi dengan Khong Guan menurut elemen grafisnya.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan melakukan analisis berdasarkan pemahaman dan pengumpulan data, informasi serta teori yang terkait dengan pembahasan masalah pada penelitian ini melalui berbagai sumber yang ada. Penulis mengumpulkan data dan mendeskripsikan visual dari desain kemasan melalui unsur unsur grafis seperti warna, ilustrasi, tipografi, tataletak, bentuk dan fungsi kemasan dari produk kosmeti MIZZU kolaborasi Khong Guan yaitu varian face pallete. Dan Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif berbasis fenomenologi. Fenomenologi yang dimaksud adalah fenomena yang terjadi atau kenyataan yang ada di lapangan penelitian. (Faisal, 1992: 18)

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1. Kemasan MIZZU “Khong Guan Face Pallette” 2019

(Sumber : <https://mizzucosmetics.com/wp-content/uploads/2019/11/header-artikel-KG.jpg>)



Gambar 2. Kemasan Biskuit Kaleng Khong Guan

MIZZU merupakan brand asal Indonesia yang bergerak dibidang kosmetik kecantikan, dengan mengutamakan kecantikan dalam diri memiliki nilai tanpa batas, MIZZU berhasil membuat para konsumen khususnya kaum perempuan tertarik untuk membeli. Mengambil langkah yang berbeda dari kemasan biasanya kolaborasi MIZZU dengan

biskuit Khong Guan menunjukkan ciri khas tersendiri dengan keunikan dari desain kemasan yang ditampilkan. Kolaborasinya dengan Khong Guan , kemasan MIZZU face pallete kini terlihat lebih manis dan mengingatkan tentang nuansa hari raya, dimana biskuit Khong Guan ini terkenal sekali karena selalu tidak pernah absen di meja setiap rumah pada waktu hari Raya. Kemasan Khong Guan terbuat dari bahan kaleng yang didominasi warna merah dengan ilustrasi di area PDP (Primary Display Panel). Kaleng sendiri merupakan bahan kemasan yang terbuat dari logam yang biasanya terdiri dari baja atau aluminium (Julianti, 2014: 137-138). Kaleng Khong Guan sendiri menurut jenisnya terbuat dari baja yang dilapisi cat dengan gambar/ilustrasi pada bagian luarnya. Ilustrasinya menarik karena dibuat dengan teknik menggambar manual berupa lukisan, kemudian dicetak di atas kaleng. Lukisan tersebut merupakan karya Bernardus Prasodjo, seorang pelukis kemasan yang terkenal pada tahun 1970-an. Ilustrasi tersebut menggambarkan seorang ibu sedang memakan putri dan putranya. Tapi Ibu sedang menyeduh teh dan semua jenis biskuit tersedia. Di bawah ilustrasi sebuah keluarga, terdapat beberapa ilustrasi berbagai bi-skuit yang diperlihatkan di bagian bawah kemasan. Ilustrasi biskuit adalah ilustrasi jenis biskuit apa yang Anda dapatkan saat membeli biskuit Khong Guan. Tipografi dalam desain kemasan merupakan media utama yang dapat mengkomunikasikan nama, fungsi, dan fakta produk kepada konsumen yang lebih luas. Semua ini mempengaruhi dan menjadi elemen terpenting dari ekspresi visual produk (Klimchuk, 2007:87). Tipografi yang paling menonjol dalam desain kemasan adalah penulisan merek produk yaitu KHONG GUAN BISCUITS yang menggunakan jenis huruf serif yang mengesankan. . Pada kemasan hanya terdapat informasi lain seperti komposisi, jenis produk, berat produk, alamat produsen, dan informasi lain yang tidak terlalu dominan untuk dilihat. Dalam desain kemasan produk Mizzu “Khong Guan Face Palette” ilustrasi dan warna yang digunakan

sama persis dengan yang ada pada kemasan produk Biskuit Khong Guan. Perbedaan visualisasi dari kedua kemasan tersebut hanya pada Mizzu Cosmetics tidak mencantumkan merek Khong Guan pada kemasan produknya. Pada kemasan produk Mizzu Cosmetics yang disematkan pada bagian PDP, hanya merek MIZZU yang terletak di kanan bawah menggunakan font sans serif yang terlihat lebih modern. Selain itu, bahan dari pallet bukan kaleng seperti Khong Guan tetapi terbuat dari plastik yang memiliki finishing glossy seperti kaleng. Kolaborasi ini lahir sebagai peringatan ulang tahun ke-7 dari MIZZU kosmetik. Kolaborasi ini di dahului dengan rangkaian kampanye yang diberi tajuk #MIZZUCariPapa.

Kesimpulan

Penelitian ini merupakan pengkajian yang dilakukan untuk melakukan proses analisis pada karya desain komunikasi visual berupa desain kemasan Mizzu Cosmetics. Proses analisis diawali dengan tahap identifikasi strategi pemasaran dengan biskuit Khong Guan Mizzu Cosmetics pada produk “Khong Guan Face Palette”. Setelah itu dilakukan proses analisis penilaian dengan deskripsi desain kemasan Mizzu Cosmetics “Khong Guan Face Palette”. Proses analisis dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif sistematis berbasis fenomenologi dengan teori utama desain kemasan dan cara pemasaran. Sehingga tidak hanya melibatkan penggemar brand kosmetik MIZZU saja namun juga pecinta biskuit Khong Guan terutama dikalangan perempuan. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas target pasar namun juga melibatkan betapa pentingnya sebuah desain kemasan pada produk. Sehingga segala jenis brand tidak ragu untuk berkolaborasi dengan brand lain untuk menghasilkan desain yang menarik.

Daftar Pustaka

Faisal, S. (1992), *Format-format Penelitian Sosial*, Rajawali Press, Jakarta.

Klimchuk, M.R. (2007). *Desain Kemasan : Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, Erlangga : Jakarta.

<https://assets.pikiran-rakyat.com/crop/0x0:0x0/x/photo/2020/05/20/1945282255.jpg>

<https://mizzucosmetics.com/product/khong-guan-face-palette/>