BAB IV
STRATEGI KREATIF

4.1 Strategi Komunikasi

Gambar 4. 1 Kemasan Bakpia Premium Spesial Edisi

Perancangan desain kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memanfaatkan kemasan sebagai media untuk memperkenalkan dan membantu untuk melestarikan budaya Kota Yogyakarta. dengan mengkomunikasikan makna dan nilai-nilai budaya tradisional Kota Yogyakarta, khususnya seni pertunjukan dan tradisi budaya, kepada target audience. Tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk memperkenalkan dan memberikan edukasi mengenai elemen budaya yang ada melalui presentasi visual yang menarik pada kemasan. Perancangan desain kemasan ini menciptakan nilai

tambah sekaligus membedakannya melalui pengalaman visual dan edukatif yang ditawarkan oleh konsep layered papercraft art serta makna budayanya. Diharapkan pula dapat meningkatkan daya tarik produk sebagai oleh-oleh yang autentik dan berkesan kepada target audience.

Gambar 4. 2 Kemasan Bakpia Pathok 25 Spesial Edisi

Strategi media untuk desain kemasan Bakpia Pathok 25 ini dengan menggunakan desain kemasan itu sendiri sebagai media komunikasi. Kemasan sekunder merupakan kotak edisi spesial utama berbentuk persegi panjang, berfungsi sebagai media utama yang langsung menarik perhatian dan mengkomunikasikan tema budaya serta eksklusivitas. Media visual utama pada kemasan ini adalah tutupnya yang menampilkan ilustrasi budaya pertunjukan dan tradisi budaya menggunakan teknik *layered papercraft art*, yang menonjolkan aspek seni, keunikan, dan nilai kerajinan, sekaligus menjadi pengantar narasi budaya. Untuk media informatif bagian dalam atau balik tutup kemasan sekunder akan menyajikan penjelasan mengenai informasi tentang tema yang diangkat. Kemasan primer yang terdiri dari dua unit kemasan premium Bakpia Pathok 25 memiliki fungsi untuk melindungi produk sekaligus melanjutkan dan memperdalam narasi budaya yang akan diangkat. Setiap kemasan primer akan menyajikan informasi atau cerita yang lebih mendetail mengenai salah satu budaya yang akan diangkat sehingga pesan edukatif tersampaikan kepada calon pembeli.

Pendekatan ini menciptakan sebuah pengalaman bagi konsumen saat membuka kemasan Bakpia Pathok 25 di mana setiap elemen mulai dari layered papercraft art, ilustrasi, dan teks informasi bekerja secara sinergis untuk menyampaikan pesan mengenai budaya Yogyakarta secara visual dan informatif.

4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning

a. Segmentasi

1) Demografi

- Usia: 18-30 tahun

  Kelompok usia tersebut pada umumnya memiliki ketertarikan terhadap inovasi desain visual dan konten yang di berikan. Kelompok usia ini juga memiliki Tingkat apresiasi terhadap nilai budaya, estetika, dan kualitas produk disertai kecenderungan untuk mencari oleh-oleh atau hadiah yang berkesan.

- Jenis Kelamin: Pria dan Wanita

  Desain kemasan bersifat universal dan tidak terbagi-bagi berdasarkan jenis kelamin. Baik pria maupun wanita berpotensi menjadi konsumen produk ini.

- Pendidikan: Pelajar SMA, Mahasiswa, atau masyarakat umum

2) Geografi

- Wilayah Utama

  Kota Yogyakarta beserta kawasan sekitarnya, mengingat statusnya sebagai pusat destinasi pariwisata dan daerah asal produk Bakpia Pathok 25.

- Wilayah Sekunder

  Kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang, yang merupakan sumber utama wisatawan mancanegara dan domestik.

- Distribusi Potensial

Toko oleh-oleh di Yogyakarta, gerai resmi Bakpia Pathok 25, bandara udara, stasiun kereta api, serta berbagai platform e-commerce.

3) Psikografis:

- Gaya Hidup:

  Individu dengan ketertarikan pada aspek visual, budaya, dan tradisi.

- Kepribadian:

  Apresiatif terhadap detail, keunikan, dan kolektor barang edisi terbatas atau bernilai seni.

- Nilai:

  Menjunjung tinggi nilai-nilai keindahan atau estetika, nilai edukasi, kualitas produk, serta produk yang berkontribusi atau mendukung upaya pelestarian budaya.

4) Perilaku:

- Kesempatan Pembelian:

  Produk sebagai oleh-oleh khas dan premium dari Yogyakarta, hadiah spesial untuk acara atau individu tertentu, cinderamata yang berkesan, barang koleksi pribadi, atau untuk konsumsi pribadi demi memperoleh pengalaman produk yang unik dan memuaskan.

- Manfaat yang Dicari:

  Perpaduan antara kualitas rasa Bakpia Pathok 25 serta keunikan dan keindahan visual desain kemasan layered papercraft art. Pengalaman membuka kemasan atau unboxing experience yang interaktif dan edukatif, serta timbulnya rasa bangga dan kepuasan dalam memiliki atau memberikan produk sebagai hadiah.

- Status Pengguna:

  Pengguna yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dengan Bakpia Pathok 25 namun tertarik oleh keunikan edisi spesial ini atau pengguna loyal Bakpia Pathok 25 yang ingin merasakan pengalaman

baru dan mengoleksi varian edisi khusus dari merek yang telah mereka percayai.

b. Targeting

1) Target utama:

Wisatawan mancanegara serta individu yang memili ketertarikan pada visual dan desain. Berusia 18-30 tahun dengan tingkat sosial ekonomi menengah hingga menengah ke atas. Individu yang mencari oleh-oleh premium dan autentik dari Yogyakarta, produk unik dengan nilai estetika tinggi, serta memiliki ketertarikan pada narasi budaya dan pengalaman edukatif.

2) Target sekunder:

Wisatawan domestik yang aktif dalam platform digital atau media sosial. Peminat seni dan budaya secara umum, termasuk akademisi, mahasiswa program studi desain atau ilmu budaya, atau anggota komunitas budaya yang mungkin tertarik pada produk sebagai studi kasus pelestarian budaya melalui media kreatif atau sebagai objek kajian.

c. Positioning

Bakpia Pathok 25 Edisi Spesial diposisikan sebagai sebuah persembahan kuliner premium dari Yogyakarta yang mengangkat budaya melalui kemasan inovatif. Kemasan ini tidak hanya dirancang untuk melindungi produk bakpia, Tetapi juga mengedukasi dan berkontribusi pada pelestarian budaya tradisional Kota Yogyakarta.

4.3 Analisis SWOT

a. Strengths

1) Brand yang Sudah Dikenal

Memanfaatkan nama besar dan reputasi Bakpia Pathok 25 yang sudah populer, sehingga memudahkan penerimaan produk edisi spesial ini di pasar.

2) Konsep Desain Kemasan Unik dan Artistik

Penggunaan teknik *layered papercraft art* memberikan perbedaan yang kuat, kesan premium, dan pengalaman visual yang menarik bagi konsumen.

3) Pengalaman Membuka Kemasan

Kemasan yang berbeda dari produk lainya memberikan kesan yang berbeda dan pengalaman baru bagi konsumen sekaligur memberikan informasi yang edukatif menciptakan pengalaman interaktif dan berkesan.

b. Weaknesses

1) Biaya Produksi Lebih Tinggi

Teknik layered papercraft art dan detail kemasan yang kompleks kemungkinan besar akan meningkatkan biaya produksi secara signifikan dibandingkan kemasan standar.

2) Harga Jual Produk Lebih Mahal

Sebagai konsekuensi dari biaya produksi yang tinggi harga produk akan lebih mahal yang berpotensi membatasi jangkauan pasar.

3) Kompleksitas Pembuatan Kemasan

Akan membutuhkan lebih banyak waktu untuk pembuatan dan perakitan kemasan dibandingkan dengan kemasan standarnya.

c. Opportunities

1) Pertumbuhan Industri Pariwisata Yogyakarta

Sebagai destinasi wisata Kota Yogyakarta terus menarik wisatawan yang mencari oleh-oleh.

2) Potensi Pemasaran melalui Media Sosial

Desain kemasan yang berbeda dari yang lain memiliki potensi tinggi untuk dipublikasikan oleh pengguna di platform

media sosial seperti foto *unboxing* menciptakan peningkatan daya jual.

3) Pengembangan Produk Edisi Spesial Berkelanjutan

Jika berhasil, konsep ini dapat dikembangkan menjadi seri edisi spesial yang mengangkat aspek budaya Yogyakarta lainnya, menciptakan loyalitas dan antisipasi konsumen.

4) Ekspansi Pasar melalui Platform Digital/Ekspor

Keunikan produk dapat menarik minat pasar yang lebih luas di luar Yogyakarta, termasuk pasar internasional yang tertarik dengan budaya Indonesia, melalui penjualan *online*.

d. Threats

1) Persaingan Tinggi di Pasar Oleh-Oleh Bakpia

Keunikan produk dapat menarik minat pasar yang lebih luas di luar Yogyakarta, termasuk pasar internasional yang tertarik dengan budaya Indonesia, melalui penjualan *online*.

2) Ekonomi dan Daya Beli Konsumen

Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi daya beli konsumen untuk produk-produk premium.

3) Risiko Peniruan Konsep

Keberhasilan desain yang unik selalu dihadapkan pada risiko peniruan oleh kompetitor dengan kualitas yang mungkin lebih rendah namun harga lebih murah.

4) Keterbatasan dan Biaya Bahan Baku atau Tenaga Kerja

Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku spesifik untuk *papercraft* atau tenaga kerja dengan keahlian khusus dapat menghambat produksi atau meningkatkan biaya.

5) Sensitivitas Harga pada Segmen Pasar

Meskipun ditargetkan pada segmen premium, harga yang terlalu tinggi dapat menjadi penghalang signifikan bagi sebagian besar calon konsumen.

4.4 Analisa Model 5W+1H

a. What

Proyek ini adalah perancangan desain kemasan edisi spesial untuk produk Bakpia Pathok 25. Konsep utama menggunakan teknik *layered papercraft art* yang menampilkan ilustrasi budaya khas Yogyakarta. Elemen budaya yang diangkat tidak hanya terbatas pada visualisasi budayabta saja tetapi juga mencakup penyajian informasi mengenai budayanya. Struktur kemasan dirancang secara berlapis, terdiri dari satu kemasan luar sebagai kotak edisi spesial berbentuk persegi panjang yang pada bagian tutupnya diaplikasikan *layered papercraft art*. Di dalam kemasan sekunder akan terdapat dua unit kemasan di mana masing-masing kemasan primer akan menyajikan informasi lebih mendalam tentang salah satu tarian. Tujuan akhir dari perancangan ini adalah untuk menciptakan sebuah produk oleh-oleh yang tidak hanya menawarkan bakpia, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa pengalaman visual dan kontribusi terhadap upaya pelestarian warisan budaya Yogyakarta.

b. Why

Sebagai upaya kreatif untuk memanfaatkan kemasan produk sebagai media pelestarian budaya Yogyakarta yang keberadaannya perlu terus didukung di tengah arus modernisasi. Pemilihan tema seni pertunjukan dan tradisi bertujuan untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat luas mengenai keindahan serta nilai filosofis dan historis di dalamnya. Penggunaan konsep *layered papercraft art* dipilih karena memberikan kesan premium dan keunikan visual.

c. Who

Target audiens utama yang disasar adalah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, serta individu dengan minat khusus pada budaya dan desain, dengan rentang usia 18-30 tahun, dan berasal dari tingkat sosial ekonomi menengah hingga menengah ke atas, yang mencari

oleh-oleh premium, unik, serta memiliki nilai cerita dan edukasi. Selain itu, terdapat target audiens sekunder yang mencakup masyarakat lokal Yogyakarta khususnya kalangan menengah ke atas yang bangga akan budayanya. Apabila direalisasikan menjadi produk nyata, pihak yang berpotensi terlibat dalam proses produksi meliputi produsen kemasan dengan keahlian khusus dalam teknik *papercraft*, pihak internal Bakpia Pathok 25 untuk aspek produk dan pemasaran, serta kemungkinan pelibatan budayawan untuk memastikan akurasi konten budaya yang diangkat. Konsumen akhir adalah individu yang melakukan pembelian produk ini, baik untuk dikonsumsi pribadi, dijadikan oleh-oleh, hadiah, maupun sebagai barang koleksi.

d. Where

Budaya utama yang menjadi sumber inspirasi dan tema adalah Yogyakarta, Indonesia sebagai daerah asal produk Bakpia Pathok 25. Apabila produk hasil perancangan ini direalisasikan maka lokasi distribusi dan penjualan prioritas akan berada di toko oleh-oleh di Kota Yogyakarta, gerai-gerai resmi Bakpia Pathok 25, serta titik-titik strategis bagi wisatawan seperti bandara udara dan stasiun kereta api. Platform *e-commerce* juga akan dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar ke konsumen di luar Yogyakarta.

e. When

Proses perancangan desain kemasan ini dapat disesuaikan dengan momen-momen strategis. Peluncuran dapat dilakukan menjelang musim liburan atau periode puncak kunjungan wisatawan ke Yogyakarta untuk memaksimalkan eksposur dan penjualan. Bisa juga peluncuran bertepatan dengan penyelenggaraan event-event budaya penting di Yogyakarta, sehingga dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik produk.

f. How

Kemasan ini dirancang untuk berfungsi sebagai media pelestarian budaya dengan beberapa cara. Pertama melalui visualisasi budaya kota

Yogyakarta menggunakan teknik *layered papercraft*. Budaya dihadirkan secara menarik dan mudah diakses. Kedua melalui aspek edukasi dengan menyajikan informasi mengenai budaya yang diangkat dalam desain kemasan. Untuk menarik target audiens strategi yang digunakan adalah kombinasi desain yang unik dan berbeda dari para pesaing. Penawaran pengalaman *unboxing* yang interaktif dan berkesan.

4.5 Strategi Perencanaan Media

Strategi perancangan media ini bertujuan untuk mengoptimalkan penyampaian pesan dan nilai dari kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25, dengan fokus pada kemasan itu sendiri sebagai media utama serta didukung oleh media promosi digital yang sesuai dengan karakteristik target audiens, yaitu generasi muda berusia 18–30 tahun.

4.5.1 Tujuan Media

Pemilihan media kemasan bertujuan untuk meningkatkan fungsinya yang tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media edukatif. Kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 memberikan pengalaman membuka kemasan yang berkesan sekaligus menambah wawasan pembeli mengenai Kota Yogyakarta. kemasan yang dirancang berfungsi sebagai media interaktif yang menyampaikan informasi atau nilai-nilai edukatif kepada pembeli.

4.5.2 Strategi Media

Strategi media utama difokuskan pada optimalisasi fungsi setiap elemen kemasan, mulai dari ilustrasi budaya hingga penyajian informasi mengenai budaya yang diangkat. Sementara itu, strategi media pendukung untuk promosi memanfaatkan media digital, mengingat target audiens utama berusia 18 hingga 30 tahun yang aktif di berbagai platform digital. Strategi ini mencakup pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk penyebaran konten visual, serta pemasaran konten melalui situs web resmi Bakpia Pathok 25.

4.6 Moodboard

Gambar 4. 3 mmoodboard

Moodboard ini dirancang mengarah pada desain kemasan yang menggabungkan elemen Bakpia Pathok 25 dan Kota Yogyakarta dengan *layered art* dan palet warna yang cenderung hangat dan cerah. Mengkomunikasikan energi, keceriaan, dan tren modern yang ingin ditampilkan pada kemasan Bakpia Pathok 25 sehingga memandu perancangan kemasan yang menarik bagi anak muda yang aktif dan dinamis.

4.7 Konsep Kreatif & Gaya Desain

Gambar 4. 4 Bagian Depan Kemasan

Konsep kreatif utama yang diusung dalam perancangan desain kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah cerita budaya dan tradisi Kota Yogyakarta dimasukan kedalam desain kemasan. Konsep ini menekankan kemasan bukan hanya sekadar wadah pelindung produk tetapi juga bisa menjadi media untuk menyampaikan pesan atau informasi yang mengedukasi sekaligus melestarikan warisan budaya Yogyakarta.

penerapan teknik *papercraft* pada kemasan menjadi inti dari konsep kretif perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25. Teknik ini dipilih untuk menghadirkan ilustrasi budaya dan tradisi dalam bentuk tiga dimensi. *Papercraft* memungkinkan visualisasi yang kaya akan tekstur dan kedalaman, mengajak konsumen untuk merasakan keindahan visual bahkan sebelum produk utama dinikmati.

penambahan cerita budaya di dalam kemasan menjadi penting untuk memperkaya pengalaman konsumen. Tidak hanya menampilkan visual budaya dan tradisi kemasan ini akan memuat informasi tambahan mengenai media pendukung budaya yang akan di angkat. Kemasan dirancang menggunakan sistem kuncian. Penggunaan struktural ini bertujuan untuk

mengurangi penggunaan lem dan mengoptimalkan penggunaan material kertas.

Secara keseluruhan, konsep kreatif ini bertujuan untuk menciptakan sebuah kemasan yang multifungsi: sebagai pelindung produk berkualitas, sebagai karya seni mini yang menampilkan keindahan *papercraft*, sebagai media edukasi yang menyajikan cerita budaya, dan sebagai produk dengan desain struktural yang inovatif. Pengalaman membuka kemasan dirancang agar memberikan kesan yang menyenangkan dan menghubungkan kenikmatan rasa Bakpia Pathok 25 dengan apresiasi mendalam terhadap seni dan tradisi Kota Yogyakarta.

4.8 Konsep Visual (AISAS)

1) Attention (Perhatian)

   Untuk menarik perhatian konsumen penerapan layered papercraft art yang unik dan detail pada tutup kemasan dapat menjadi dayatarik utama. Efek tiga dimensi, kerumitan visual, serta bayangan yang dihasilkan oleh lapisan-lapisan kertas membedakan kemasan ini dari produk lain. Penggunaan palet warna yang kaya dan elegan, seperti dominasi merah marun yang dipadukan dengan aksen emas dan warna krem menciptakan tampilan yang mewah dan menarik pandangan. Ilustrasi seni tari dan tradisi budaya tradisional Yogyakarta mengkomunikasikan tema budaya dan keunikan produk.

2) Interest (Ketertarikan)

   Konsep visual dirancang untuk membangkitkan dan mempertahankan minat konsumen. Layered papercraft art akan menjadi fokus utama di tahap ini; kehalusan potongan, presisi lapisan, dan kerumitan ornamen akan mengundang konsumen untuk mengamati lebih dekat. Visual yang dihadirkan melalui ilustrasi yang dinamis dan elegan akan membangkitkan rasa ingin tahu mengenai cerita, makna, atau filosofi di baliknya. Tampilan kemasan yang tidak konvensional

akan menciptakan pengalaman membuka kemasan yang istimewa serta produk berkualitas tinggi di dalamnya. Bagi konsumen yang memiliki keterkaitan dengan budaya Yogyakarta, visual ini akan membangkitkan koneksi emosional seperti nostalgia atau kebanggaan, sementara bagi yang belum familiar, akan memicu ketertarikan untuk mengenal budaya tersebut.

3) Search (Pencarian)

Konsep visual kemasan ini secara tidak langsung mendorong konsumen untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut secara langsung pada kemasan maupun melalui sumber eksternal. Keunikan desain juga dapat memotivasi konsumen untuk bertanya kepada staf penjualan atau mencari informasi tambahan secara online mengenai edisi spesial ini atau tentang budaya Yogyakarta yang direpresentasikan.

4) Action (Tindakan)

Kemasan ini akan menumbuhkan keinginan kuat untuk memiliki produk tersebut, baik untuk koleksi pribadi maupun sebagai hadiah istimewa yang sangat berkesan dan merepresentasikan cita rasa serta budaya Yogyakarta. Ekspektasi akan pengalaman membuka kemasan yang menyenangkan dan konten edukatif di dalamnya. fungsi lain kemasan tidak hanya sebagai pelindung makanan tetapi juga berpotensi sebagai pajangan atau kenang-kenangan.

5) Share (berbagi)

Konsep visual dirancang untuk mendorong konsumen berbagi pengalamannya. Desain layered papercraft art menjadikan kemasan ini sangat *instagrammable* dan ideal untuk dibagikan di berbagai platform media sosial, baik dalam bentuk foto produk maupun video proses *unboxing*. Konsumen tidak hanya akan berbagi produk makanan, tetapi juga cerita budaya yang mereka peroleh dari kemasan atau pengalaman unik saat berinteraksi dengan desainnya. Faktor kebanggaan karena

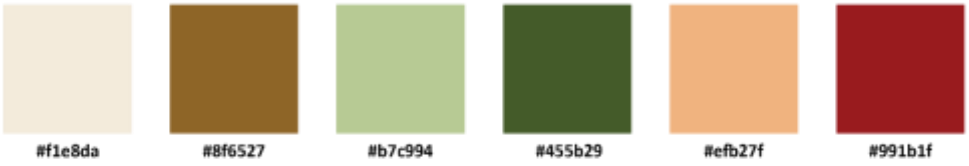
memiliki atau menerima produk edisi spesial yang indah dan sarat makna budaya ini dapat menjadi pendorong kuat untuk berbagi. Keunikan produk ini juga berpotensi memicu percakapan dan rekomendasi dari mulut ke mulut baik secara daring maupun luring, di mana desain kemasan itu sendiri bisa menjadi topik diskusi yang menarik karena nilai seni dan inovasinya.

4.8.1 Konsep Visual

Gambar 4. 5 Kemasan Bakpia Pathok Edisi Tarian dan Tradisi Skaten

Visual utama dari perancangan kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah ilustrasi tiga dimensi yang direalisasikan dengan teknik *layered papercraft art* pada permukaan tutup kemasan luar. Visual ini berfungsi sebagai titik fokus utama yang pertama kali menarik perhatian konsumen.

1) Warna



Gambar 4. 6Palet Warna illustrasi

Palet warna didominasi oleh warna merah dan hijau yang menggambarkan masing masing desain kemasn, tradisi keraton, dan semangat. Warna ini dipadukan dengan aksen emas pada bingkai, detail ornamen, dan tipografi, yang secara tegas memperkuat kesan premium dan elegan. Warna krem atau putih gading digunakan sebagai latar belakang sebagai warna dasar pada beberapa elemen ilustrasi, berfungsi untuk memberikan kontras, menonjolkan detail, dan menambah kesan bersih serta klasik.

2) Logo

Gambar 4. 7 Logo Bakpia Premium Spesial Edition

Bakpia Premium Special Edition hadir sebagai identitas baru yang membedakan dari varian reguler. Dengan tipografi serif klasik yang tegas dan elegan, logo ini mencerminkan kualitas, tradisi, dan kepercayaan. Sentuhan script pada tulisan Special Edition menambahkan nuansa personal dan eksklusif. Didominasi oleh warna cokelat keemasan dan krem, logo ini memancarkan kesan premium, hangat, dan otentik merepresentasikan warisan cita rasa Bakpia Pathok 25. Kombinasi visual ini menegaskan bahwa produk ini bukan sekadar oleh-oleh biasa, tetapi perpaduan antara tradisi dan kemewahan, yang dirancang untuk menarik hati konsumen.

3) Illustrasi

Gambar 4. 8 Kemasan Bagian Balik Kemasan

Teknik visual utama yang sangat menonjol adalah penggunaan ilustrasi berlapis yang menciptakan efek diorama tiga dimensi. Ini merupakan konsep layered papercraft art di mana figur-figur penari dan elemen dekoratif dipotong dan disusun secara berlapis untuk menghasilkan kedalaman dan bayangan.

4) Layout

Komposisi pada desain kemasan cenderung simetris atau seimbang. Elemen teks utama yaitu Bakpia Pathok 25 ditempatkan secara sentral dan menonjol dengan ornamen bergaya tradisional Jawa yang khas. Figur-figur penari berlapis disusun secara harmonis di sekeliling area kemasan. Keseluruhan area desain pada tutup dikelilingi oleh bingkai dekoratif dengan aksen warna emas berfungsi untuk menyatukan semua elemen dan memperkuat kesan mewah.

5) Tipografi

Kombinasi antara font serif sebagai heading dan Inter sebagai body text (memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca).

4.8.2 Tahapan Perancangan

1) *Pre-Design* (Pra-Perancangan)

Tahap pre-design diawali dengan pengumpulan data melalui studi literatur dan observasi. Tujuannya untuk memahami permasalahan dan potensi dari kemasan Bakpia Pathok 25. Dari sinilah muncul konsep kreatif utama, yaitu menghadirkan cerita budaya Yogyakarta dalam kemasan melalui pendekatan layered papercraft art yang mengedepankan nilai tradisi, kedalaman visual, dan eksplorasi bentuk kemasan.

2) Design (Perancangan)

Perancangan dilakukan melalui pembuatan sketsa awal dari berbagai elemen desain seperti ilustrasi, layout, tipografi, dan struktur fisik kemasan. Warna utama yang digunakan adalah merah dan hijau untuk membedakan tema budaya yang diangkat, dipadukan dengan aksen coklat pada ornamen dan tipografi untuk memperkuat kesan premium. Ilustrasi budaya digambarkan menggunakan teknik papercraft, menghadirkan efek tiga dimensi yang menampilkan penari tradisional, keraton, alat musik gamelan, dan elemen budaya Yogyakarta lainnya. Komposisi desain dibuat simetris dan harmonis, dengan teks utama "Bakpia Pathok 25" diletakkan secara sentral dan dilengkapi ornamen khas Jawa. Tipografi menggunakan perpaduan antara font serif dan sans-serif. Desain struktur kemasan menggunakan sistem kuncian untuk mengurangi penggunaan lem, menjadikan desain ini tidak hanya estetik tetapi juga ramah lingkungan.

3) Post-Design (Pasca-Perancangan)

Desain yang telah dikembangkan kemudian direalisasikan dalam bentuk *mock-up* dan prototipe fisik untuk melihat hasil visual secara nyata dan menguji fungsi struktur kemasan. Prototipe diuji dari aspek visual, kekuatan struktur, hingga pengalaman pengguna saat membuka kemasan. Setelah melalui tahap penyempurnaan, desain difinalisasi dengan melakukan perbaikan pada elemen visual seperti warna dan ilustrasi.

4.8.3 Bentuk Kemasan

a. Kemasan Primer

Gambar 4. 9 Kemasan Primer

Dimensi kemasan:
Tinggi :4,5 cm
Lebar :14 cm
Panjang :11 cm

Pada bagian depan kemasan terdapat logo Bakpia Pathok 25 yang mempertegas identitas produk sebagai bagian dari merek Bakpia Pathok 25. Di sisi samping kemasan, terdapat logo Bakpia Premium yang menunjukkan bahwa produk ini merupakan edisi premium. Sementara itu pada bagian

belakang kemasan disertakan informasi komposisi bahan, serta logo halal dan BPOM sebagai penanda bahwa produk ini telah memenuhi standar keamanan dan kehalalan.

b. Kemasan Sekunder

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

Gambar 4. 10 Informasi Bagian Kemasan

Kemasan Sekundernya terdiri dari beberapa bagian kemasan berikut adalah penjelasan perbagianya:

1) Bagian pelindung kemasan Primer

Gambar 4. 11 Kemasan Primer dan Sekunder

Gambar 4. 12 Illustrasi Bagian Pelindung Kemasan Primer

Bagian ini berfungsi untuk menjaga kemasan primer tetap tertutup, sekaligus menjadi tempat untuk menyampaikan ucapan terima kasih atas pembelian produk.

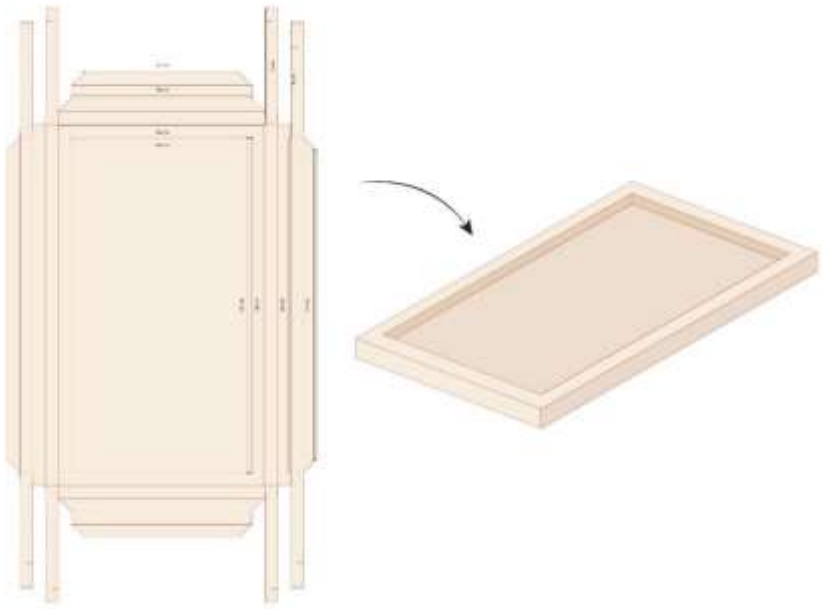
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

2) Kertas Informasi

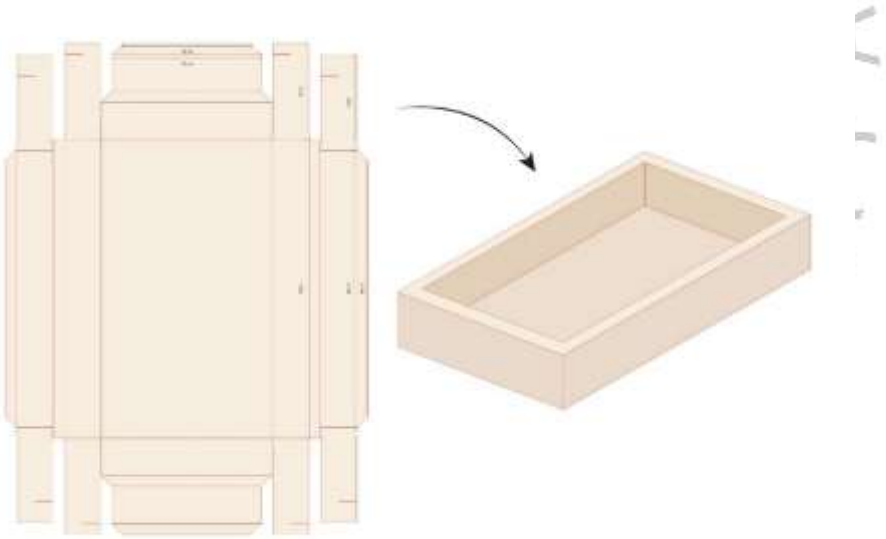
Gambar 4. 13 Illustrasi Kertas Daluang

Kertas daluang berisi informasi mengenai budaya yang diangkat dalam desain kemasan. Dengan adanya kertas ini, konsumen tidak hanya menikmati produk, tetapi juga memperoleh wawasan tentang budaya Yogyakarta. Selain itu tersedia barcode yang dapat dipindai dan langsung terhubung ke situs resmi Keraton Yogyakarta, yang menyajikan informasi lengkap seputar budaya Yogyakarta.

3) Bagian Dalam Kemasan Sekunder



Gambar 4. 14 Struktur Kemasan Bagian Dalam kemasan Sekunder Bagian Atas

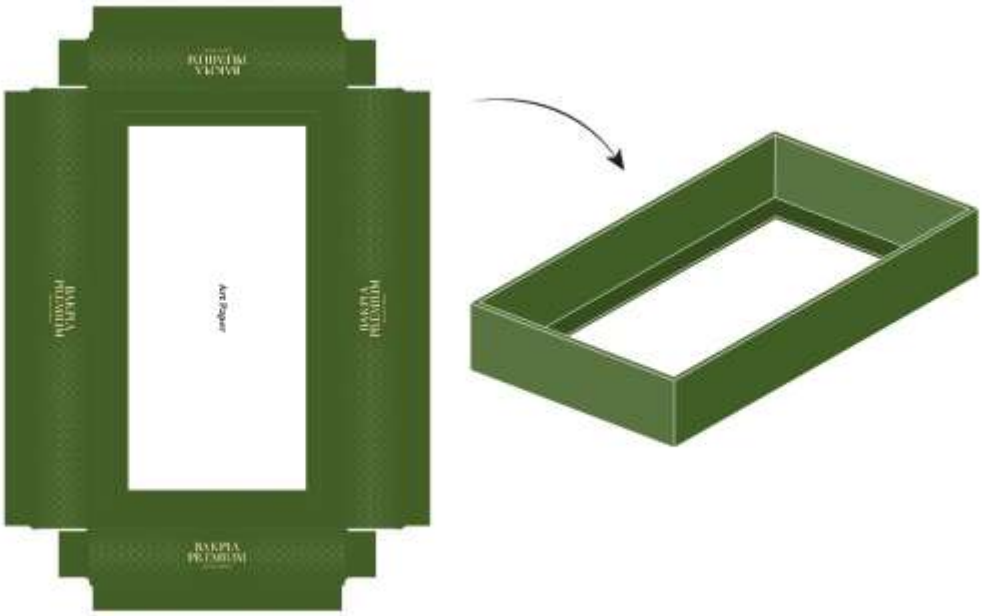


Gambar 4. 15 Struktur Bagian Dalam Kemsan Sekunder Bagian Bawah

Bagian ini berfungsi untuk menjaga agar kemasan primer tetap berada pada posisinya, sekaligus menjadi salah satu elemen struktural dalam keseluruhan desain kemasan.

4) Bagian Luar Kemasan Sekunder

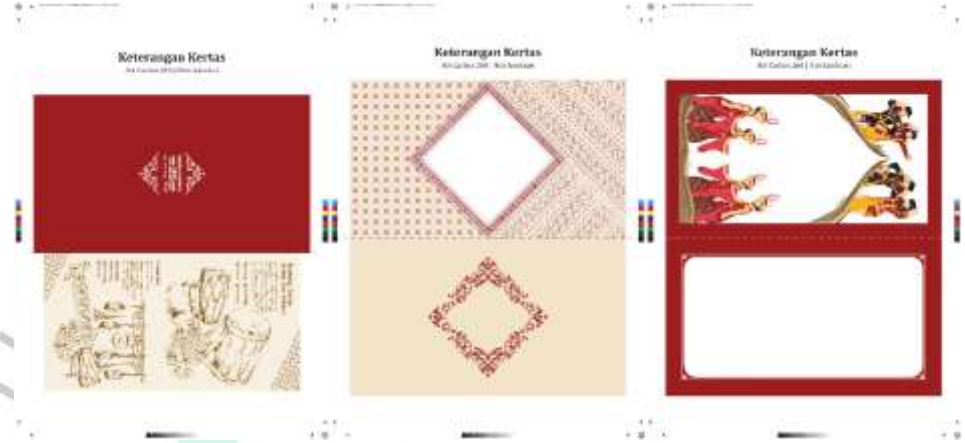
Gambar 4. 16 Bagian Luar Kemasan Sekunder Bagian Bawah



Gambar 4. 17 Bagian Luar Kemasan Sekunder Bagian Atas

Bagian ini berfungsi sebagai lapisan terluar kemasan yang menjadi pondasi untuk menjaga struktur agar tetap kokoh dan tidak berubah bentuk.

5) Bagian Visual utama Layeret Paper Craft Art



Gambar 4. 18 Illustrasi Layerey Paper Craft Art

Bagian ini berfungsi sebagai media visual utama yang terletak dibagian depan kemasan.

c. Kemasan Tersier

Gambar 4. 19 Kemasan Tersier

Berfungsi untuk memudahkan konsumen yang ingin membeli produk dalam jumlah besar. Satu kemasan tersier ini dapat menampung delapan kemasan Bakpia edisi spesial. Dilengkapi dengan handle di bagian atas untuk mempermudah konsumen dalam membawanya.

4.8.4 Visual Pendukung

Gambar 4. 20 Illustrasi Line Art

Visual pendukung adalah elemen tambahan dalam desain kemasan yang menyempurnakan visual utama serta berfungsi memperkuat pesan, suasana, dan pengalaman visual keseluruhan. Elemen ini mencakup ornamen, warna, logo, dan layout informasi. Berikut isi visual pendukun:

a. Ornamen dan Bingkai Dekoratif: Motif-motif hias bergaya tradisional Jawa yang terinspirasi dari ornamen gamelan digunakan untuk mengelilingi visual utama. Visual pendukung ini berfungsi untuk memperkuat nuasa tradisional memberikan struktur visual yang harmonis pada keseluruhan desain kemasan.
b. Palet Warna: Kombinasi warna dominan seperti merah marun, emas, dan krem, serta warna-warna pelengkap pada detail kostum penari. Palet warna ini secara konsisten diterapkan untuk membangun atmosfer yang sesuai

dengan tema mewah, tradisional, hangat, dan moderen, serta menciptakan identitas visual yang kuat.

c. Logo Merek Bakpia Pathok 25: Penempatan logo merek yang sudah dikenal secara strategis. Ini berfungsi untuk memberikan jaminan kualitas dan identitas merek yang kuat, mengaitkan inovasi edisi spesial ini dengan reputasi dan kepercayaan yang telah dibangun oleh Bakpia Pathok 25.
d. Tata Letak Informasi Tekstual: Penjelasan mengenai cara penyajian dan informasi gizi sebagai media pendukung untuk membantu konsumen untuk mendaparkan informasi yang lebih lengkap.

4.9 Konsep Verbal

Bahasa yang digunakan pada perancangan kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 ini adalah Bahasa Indonesia yang formal dan naratif. Tujuan penggunaan bahasa ini adalah untuk membangun pengalaman yang memperkaya secara intelektual dan emosional, bersifat edukatif, serta menciptakan kesan premium dan berkesan bagi konsumen.

4.9.1 Kemasan Edisi Spesial Bakpia Pathok 25

Pembeda utama dari kemasan edisi spesial ini terletak pada integrasi mendalam antara desain visual yang artistik dengan narasi budaya yang edukatif. Desain visual utama pada tutup kemasan luar menampilkan ilustrasi Tari Serimpi dan Tari Angguk yang direalisasikan dengan teknik *layered papercraft art*, menciptakan efek tiga dimensi yang memukau dan menonjolkan nilai kerajinan tangan. Palet warna yang digunakan akan mengacu pada nuansa klasik keraton Yogyakarta (seperti merah marun, emas, krem, dan sentuhan warna kostum tari) untuk memperkuat kesan elegan dan otentik.

a. Kemasan Luar: Berbentuk persegi panjang berukuran: Panjang 28cm, Lebar 16cm, Tinggi 7cm, untuk menampung dua kotak di dalamnya. Selain visual papercraft pada bagian tutup kemasan, pada bagian dalam tutup kemasan akan tertera teks informatif mengenai alat dan tradisi pendukung.

b. Dua Kemasan Primer (Dalam): Di dalam kemasan luar, terdapat dua kotak kemasan premium reguler Bakpia Pathok 25. Masing-masing kotak ini akan didesain dengan elemen visual. Permukaannya akan memuat narasi yang lebih mendalam mengenai salah satu tema yang diangkat.

4.9.2 Tagline/Slogan

Tagline "Warisan dalam Setiap Sajian Istimewa" ini dipilih karena menyiratkan bahwa setiap bakpia dalam kemasan premium ini membawa nilai warisan budaya. Berikut adalah penjabaran alasannya:

a. Mengangkat Nilai Budaya sebagai Warisan

Kata "Warisan" secara langsung mengacu pada unsur budaya Yogyakarta yang diangkat dalam kemasan.

b. Menghubungkan Tradisi dan Produk Kuliner

"Setiap Sajian Istimewa" merujuk pada bakpia sebagai produk kuliner khas Yogyakarta. Tagline ini menunjukan bahwa bakpia bukan hanya sekedar makanan tetapi juga bagian dari warisan Kota Yogyakarta.

c. Memberikan Kesan Premium dan Eksklusif

Kata "Istimewa" memperkuat citra premium dari kemasan edisi khusus ini. visual *papercraft art* menekankan bahwa produk ini bukan hanya untuk dikonsumsi tapi juga bisa sebagai cinderamata.

4.9.3 Headline, Sub headline dan Bodycopy

a. Headline: Warisan dalam Setiap Sajian Istimewa
b. Subheadline: Menggambarkan keindahan tarian tradisional Yogyakarta dalam kemasan, dan menghadirkan rasa khas Bakpia Pathok 25 yang tak lekang oleh waktu.
c. Body Copy: Bakpia Pathok 25 edisi spesial ini bukan hanya suguhan rasa, tetapi juga penghormatan terhadap budaya Jawa. Dengan desain kemasan bertema papercraft art, kami mengundang Anda merasakan harmoni antara seni, sejarah, dan cita rasa dalam satu sajian istimewa.

4.9.4 Tipografi/Jenis Huruf

Tipografi berfokus pada pemilihan jenis huruf dan penataan teks untuk memperkuat pesan visual dan menciptakan kesan tertentu.

a. Tipografi Utama

Typeface: Cormorant Upright, DunhillScript

Jenis: Serif

Karakteristik:

1) Elegan dan Klasik: Memiliki desain dengan kontras yang tinggi antara goresan tebal dan tipis, serta detail serif yang halus, menciptakan tampilan yang anggun, mewah, dan berkelas, mengingatkan pada tipografi era pencerahan namun tetap relevan untuk desain modern.
2) Berkarakter Kuat untuk Display: Dengan bentuk huruf yang khas dan estetis, sangat efektif digunakan sebagai huruf display untuk menarik perhatian dan memberikan pernyataan visual yang kuat.
3) Mendukung Nuansa Tradisional dan Premium: Estetikanya sangat selaras dengan tema warisan budaya Yogyakarta yang adiluhung dan konsep kemasan edisi spesial yang premium.
4) Digunakan untuk: Nama Edisi

b. Tipografi Pendukung

Typeface: Inter

Jenis: Sans serif

Karakteristik:

1) Sangat Mudah Dibaca (Highly Legible): Memiliki bentuk huruf yang bersih, terbuka, dan proporsional, sehingga nyaman dibaca dalam ukuran kecil maupun untuk blok teks yang panjang, seperti narasi budaya atau informasi produk.
2) Netral, Modern, dan Bersahabat: Memberikan kesan modern, bersih, dan profesional tanpa menjadi kaku. Sifatnya yang netral

membuatnya tidak bersaing secara visual dengan Tipografi Utama yang lebih dekoratif, melainkan mendukungnya.

3) Versatil dengan Ragam Ketebalan (Weights): Tersedia dalam berbagai pilihan ketebalan (dari Light hingga Black), memungkinkan fleksibilitas dalam menciptakan hierarki informasi yang jelas (misalnya, sub-judul, kutipan, teks isi).
4) Harmonis dengan Font Serif: Karakternya yang semi-rounded memberikan sentuhan hangat dan mampu berpadu secara harmonis dengan font serif elegan seperti Playfair Display.
5) Digunakan untuk: Teks, Informasi produk, Catatan

4.10 Konsep Perancangan (Layout & Komposisi)

Konsep perancangan layout dan komposisi untuk kemasan edisi spesial Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman visual yang harmonis.

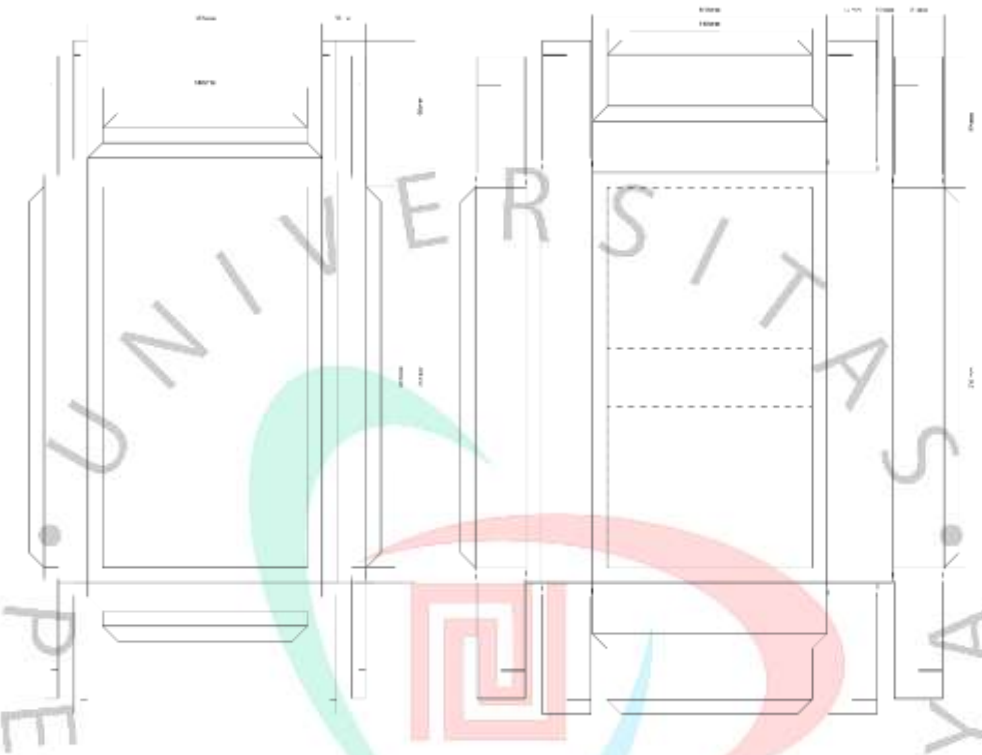
Gambar 4. 21 Konsep Layered Papercraft art

Pada Kemasan Luar Permukaan utama, yaitu tutup kemasan, akan menjadi panggung utama bagi ilustrasi *layered papercraft art* Tari Serimpi dan Tari Angguk. Komposisi pada area ini akan dirancang cenderung simetris atau seimbang secara visual. Ilustrasi tarian akan ditempatkan secara sentral dan dominan, memenuhi sebagian besar area tutup untuk menciptakan visual yang maksimal dan langsung menarik perhatian. Logo "Bakpia Pathok 25" menggunakan desain yang bergaya tradisional menjadi fokus pada karya seni *papercraft*. Bingkai dekoratif dengan perpaduan budaya Tionghoa mengelilingi panel utama tutup, berfungsi untuk memperkuat kesan premium, membingkai visual utama, dan menambah kedalaman visual.

Gambar 4. 22 Kemasan

Sisi-sisi lain dari kemasan luar akan dirancang dengan pendekatan yang lebih minimalis namun tetap selaras. Permukaan ini dapat menampilkan warna dari palet utama yaitu merah marun dengan aplikasi pola batik di dalamnya untuk menambah tekstur dan kesan mewah tanpa bersaing dengan visual utama pada tutup. Berat bersih, dan detail produsen akan ditempatkan di bagian belakang kemasan menggunakan tipografi yang elegan dan tata letak yang bersih. Bagian

dalam tutup kemasan luar akan difungsikan sebagai ruang untuk menyajikan informasi edukatif.



Gambar 4. 23 Jari Jari kemasan

Pada Kemasan Dalam Dua unit kemasan primer yang berada di dalam kotak edisi spesial akan dirancang dengan konsistensi visual terhadap kemasan luar, menggunakan palet warna, gaya tipografi, dan elemen ornamen yang serupa untuk menjaga kesatuan identitas. Fokus utama layout pada kemasan dalam adalah untuk penyajian narasi budaya yang lebih mendalam mengenai Tari Serimpi pada satu kemasan, dan Tari Angguk pada kemasan lainnya. Area teks akan diberikan ruang yang cukup untuk kenyamanan membaca, dengan tata letak yang seimbang antara teks dan ilustrasi pendukung.

Perancangan akan menerapkan prinsip-prinsip desain seperti hierarki visual yang jelas untuk mengarahkan perhatian konsumen secara bertahap, mulai dari elemen paling menonjol hingga detail informasi. Pemanfaatan ruang negatif secara efektif akan memastikan desain tidak terasa sesak dan menambah kesan elegan.

Semua elemen ini akan bekerja dalam kesatuan untuk menciptakan identitas visual yang kuat, dan secara otentik merefleksikan konsep Edisi Spesial Bakpia Pathok 25 sebagai Media Pelestarian Budaya Yogyakarta.

4.11 Penerapan Desain (Final Artwork)

Perancangan ulang desain visual kemasan *Bakpia Pathok 25* dibuat dalam bentuk prototipe mockup untuk memvisualisasikan konsep dan bentuk dasar dari kemasan edisi terbaru yang telah dirancang. Mockup atau prototipe digital ini dibuat menggunakan model 3D melalui software **Blender**, dengan menyesuaikan bentuk dasar kemasan khas *Bakpia Pathok 25*.

Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten

Gambar 4. 25Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten

Gambar 4. 26Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tradisi Sekaten

Gambar 4. 27Gambar 4. 24 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta

Gambar 4. 29 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta

Gambar 4. 28 Foto Produk Kemasan Tarian Yogyakarta

Gambar 4. 30 Illustrasi Kemasan Spesial Edition Bakpia Pathok 25

Gambar 4. 31 illustrasi Kemasan Spesial Edition Bakpia Pathok 25