

Bab 4

Strategi Kreatif

4.1 Strategi Komunikasi

Kemasan menjadi media komunikasi visual yang penting bagi Dapoer Mang Uzel, terutama karena berfungsi sebagai titik kontak pertama antara brand dan konsumen. Dalam perancangannya, kemasan tidak hanya bertugas melindungi makanan, tetapi juga menyampaikan identitas, nilai, dan kualitas merek kepada pembeli. Strategi komunikasi melalui kemasan ini dirancang untuk memberikan kesan bersih, terpercaya, dan representatif terhadap karakter makanan rumahan khas Indonesia.

Dapoer Mang Uzel menggunakan bahan kemasan dari kertas ivory yang dilaminasi *food grade* berbahan *Oriented Polypropylene*, pilihan ini dinilai mampu memberikan tampilan kemasan yang lebih kokoh dan profesional, sekaligus menjaga keamanan makanan. Permukaan ivory memungkinkan pencetakan visual yang jelas dan penuh warna, sementara lapisan laminasi berfungsi sebagai pelindung agar makanan tidak meresap ke dalam kertas dan tetap higienis. Kombinasi ini memberi kesan rapi, bersih, dan lebih modern dibandingkan dengan kemasan sebelumnya yang digunakan oleh banyak usaha rumahan.

Elemen visual pada kemasan seperti logo, nama brand, tagline, akan dicetak langsung pada permukaan kemasan. Penempatan elemen-elemen ini dilakukan dengan tata letak yang rapi dan mudah dibaca, agar kemasan tidak hanya fungsional tetapi juga komunikatif. Dengan demikian, kemasan tidak hanya menyampaikan identitas visual merek, tetapi juga menjadi sarana promosi dan pengingat brand ketika produk dikonsumsi oleh pelanggan.

Melalui strategi ini, Dapoer Mang Uzel tidak hanya meningkatkan tampilan fisik produknya, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan konsumen terhadap merek melalui kemasan yang informatif, higienis, dan estetik.

4.2 Analisis Segmentasi, Positioning, dan Target Desain Kemasan

4.2.1 Segmentasi

Segmentasi pasar dilakukan untuk mengidentifikasi kelompok konsumen potensial berdasarkan karakteristik demografis, geografis, psikografis, dan perilaku. Dapoer Mang

Uzel menargetkan konsumen dengan segmentasi sebagai berikut:

- Demografis: Laki-laki dan perempuan usia 18–45 tahun
- Geografis: Berlokasi di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya
- Psikografis: Individu dengan gaya hidup praktis, menyukai makanan rumahan, dan tertarik pada produk lokal
- Perilaku: Konsumen yang terbiasa memesan makanan secara online, menyukai kemasan bersih, dan mudah diakses melalui media sosial

Segmentasi ini menjadi dasar dalam menentukan strategi komunikasi visual, khususnya pada kemasan yang harus sesuai dengan selera dan harapan konsumen.

4.2.2 Targeting

Berdasarkan segmentasi tersebut, target pasar utama dari Dapoer Mang Uzel adalah kalangan remaja hingga dewasa muda, khususnya usia produktif 18–45 tahun yang tinggal di area urban seperti Tangerang Selatan. Target ini dipilih karena mereka merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial dan layanan pesan antar makanan. Mereka menginginkan makanan yang cepat, lezat, dan dikemas secara praktis namun tetap menarik secara visual. Desain kemasan yang komunikatif, bersih, dan mudah dikenali akan menjadi kunci dalam menjangkau dan mempertahankan konsumen di segmen ini.

4.2.3 Positioning

Dapoer Mang Uzel memposisikan dirinya sebagai brand kuliner rumahan yang menyajikan masakan khas Indonesia dalam kemasan yang modern, bersih, dan profesional. Melalui desain kemasan, brand ingin menampilkan citra sebagai usaha rumahan yang serius, terpercaya, dan siap bersaing dengan produk restoran cepat saji. Visual kemasan difokuskan untuk memberikan pengalaman konsumsi yang menyenangkan, praktis, dan tetap mengangkat nilai kehangatan serta keaslian masakan rumah. Dengan positioning ini, Dapoer Mang Uzel menempatkan diri sebagai pilihan yang tepat bagi konsumen yang menginginkan cita rasa rumahan dengan tampilan yang kekinian dan layak tampil di media sosial.

4.3 Analisis SWOT

Dalam proses perancangan ulang kemasan Dapoer Mang Uzel, analisis SWOT dilakukan untuk memahami secara mendalam kondisi kemasan yang saat ini digunakan,

serta peluang dan tantangan yang ada agar hasil perancangan ulang kemasan dapat lebih maksimal.

- **Strengths**

Kemasan yang digunakan Dapoer Mang Uzel saat ini berbahan dasar kertas ivory yang cukup tebal dan kuat, sehingga mampu memberikan perlindungan yang baik terhadap produk makanan di dalamnya. Lapisan laminasi yang melapisi kemasan juga membuatnya tahan terhadap minyak dan cairan, sehingga menjaga kebersihan serta kualitas makanan selama penyimpanan dan pengiriman. Dibandingkan dengan kemasan plastik murni, penggunaan bahan kertas ivory ini juga lebih ramah lingkungan dan dianggap lebih aman untuk makanan. Hal ini menjadi kekuatan karena konsumen saat ini semakin peduli pada aspek lingkungan dan keamanan produk yang mereka konsumsi.

- **Weaknesses**

Meskipun bahan ivory berlapis plastik PE memberikan banyak kelebihan, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah lapisan plastik PE yang menyulitkan proses daur ulang secara menyeluruh karena campuran bahan yang berbeda. Hal ini berpotensi menjadi isu bagi konsumen yang sangat peduli pada aspek keberlanjutan lingkungan. Selain itu, desain kemasan baru masih perlu dikembangkan agar lebih menarik dan mampu merepresentasikan identitas serta cerita dari Dapoer Mang Uzel secara lebih efektif.

- **Opportunities**

Perubahan ke bahan ivory berlaminasi membuka peluang untuk memposisikan kemasan sebagai produk premium dan ramah fungsi, sehingga dapat menarik segmen pasar yang lebih luas. Di samping itu, tren konsumen yang semakin peduli dengan kemasan berkualitas dan fungsional dapat dimanfaatkan untuk memperkuat brand image. Teknologi cetak yang semakin maju juga memberikan peluang untuk menghadirkan desain kemasan yang lebih menarik dan komunikatif. Selain itu, penambahan fitur interaktif seperti QR code pada kemasan dapat menjadi nilai tambah dalam membangun keterikatan dengan pelanggan.

- **Threats**

Ancaman utama berasal dari regulasi lingkungan yang semakin ketat terkait penggunaan bahan plastik dalam kemasan, termasuk lapisan PE yang mungkin mendapat pembatasan di masa depan. Selain itu, persaingan dari produk lain yang sudah menggunakan kemasan ramah lingkungan dengan teknologi yang lebih maju bisa menjadi tantangan untuk mempertahankan daya tarik produk. Fluktuasi harga bahan baku ivory dan plastik PE juga dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual. Terakhir, perubahan preferensi konsumen yang mengutamakan kemasan yang mudah didaur ulang bisa mempengaruhi keputusan pembelian jika isu lingkungan tidak diperhatikan.

4.4 Analisa 5W+1H

Analisa 5W+1H dilakukan untuk memahami secara mendalam berbagai aspek yang berkaitan dengan perancangan ulang kemasan Dapoer Mang Uzel. Analisa ini bertujuan agar proses perancangan ulang berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar usaha.

1. What

Perancangan ulang kemasan produk Dapoer Mang Uzel menggunakan bahan ivory yang dilaminasi dengan desain yang lebih modern dan menarik. Kemasan ini ditujukan untuk meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat citra merek di mata konsumen.

2. Why

Perancangan ulang kemasan dilakukan karena kemasan sebelumnya, yaitu paper lunch box, kurang mampu menampilkan kesan dan kurang tahan terhadap minyak dan cairan. Selain itu, desain lama kurang menarik dan tidak komunikatif, sehingga diperlukan kemasan baru yang dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing produk.

3. Who

Target utama adalah konsumen yang mencari makanan catering dengan kualitas tinggi dan kemasan yang menarik serta praktis, serta bekerja sama dengan pemilik usaha Dapoer Mang Uzel.

4. When

Perancangan kemasan dilakukan pada tahap awal proses merancang ulang kemasan, direncanakan selesai sebelum peluncuran produk baru. Implementasi

kemasan baru dijadwalkan berbarengan dengan strategi pemasaran terbaru agar dampaknya maksimal.

5. Where

Kemasan akan digunakan untuk Menu Dapoer Mang Uzel terutama nasi goreng dan mie ayam yang didistribusikan ke pelanggan di area sekitar usaha, serta untuk penjualan melalui platform online.

6. How

Proses perancangan dimulai dengan riset pasar dan tren kemasan, kemudian desain grafis dibuat dan disesuaikan dengan bahan ivory di laminasi. Setelah desain disetujui, produksi kemasan dilakukan melalui supplier terpercaya dengan standar kualitas tinggi. Seluruh proses dikontrol untuk memastikan kemasan memenuhi fungsi proteksi.

4.5 Strategi Perencanaan Media

Perencanaan media menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran Dapoer Mang Uzel, khususnya dalam mendukung peluncuran kemasan baru hasil rebranding. Melalui perencanaan media yang tepat, diharapkan pesan pemasaran dapat tersampaikan secara efektif kepada target audiens sehingga meningkatkan brand dan penjualan.

4.5.1 Tujuan Media

Tujuan dari penggunaan media adalah untuk memperkenalkan kemasan baru Dapoer Mang Uzel kepada konsumen potensial dan memperkuat citra merek. Media juga digunakan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mendorong keputusan pembelian melalui komunikasi yang tepat waktu dan relevan.

4.5.2 Strategi Media

Strategi media yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada pendekatan *singlechannel*, seperti pemanfaatan akun media Instagram Dapoer Mang Uzel dengan upaya membuat konten yang di bagikan oleh pengguna seperti testimoni, Upaya lainnya adalah menyewa *influencer* untuk mempromosikan kemasan serta brand Dapoer Mang Uzel.

4.5.3 Pemilihan Media

- A. *Above The Line (ATL)*: Dapoer Mang Uzel sendiri tidak memiliki ATL, dikarenakan Dapoer Mang Uzel ini termasuk usaha makanan rumahan.
- B. *Below The Line (BTL)*: Dapoer Mang Uzel untuk BTL menggunakan stiker untuk ini.
- C. Digital Media: Instagram, Gofood.
- D. Ambient Media: Desain kemasan Dapoer Mang Uzel sendiri sebagai media utama sebagai media komunikasi visual.

4.5.4 Estimasi pengeluaran dana produksi kemasan

Perhitungan anggaran untuk produksi kemasan sangat penting untuk mengevaluasi efisiensi biaya dan menilai sejauh mana desain dapat diterapkan secara nyata. Perkiraan ini dibuat dengan berdasarkan kebutuhan awal untuk memproduksi 100 unit kemasan yang berbentuk lunch box dengan spesifikasi seperti berikut:

- Bahan utama: Kertas ivory 300 gsm
- Laminasi: Laminasi food-grade (OPP/PE)
- Ukuran: 18,5 cm x 10,8 cm x 5,5 cm
- Warna cetak: Full Color (CMYK)
- Finishing: Potong, lipat, lem

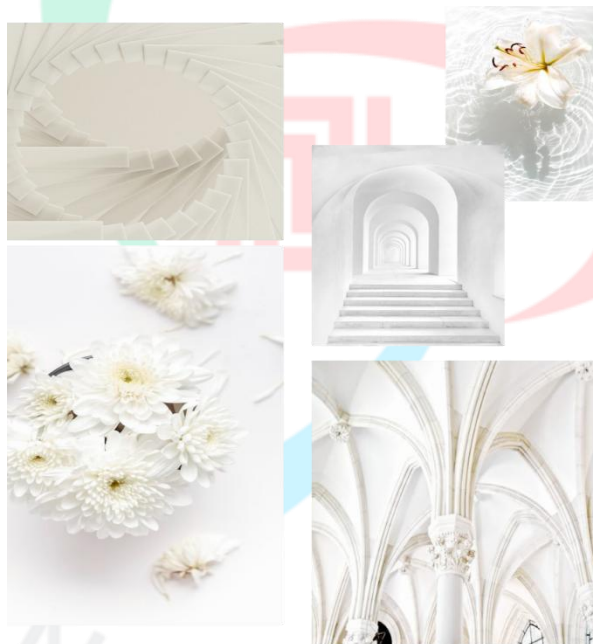
Berikut table estimasi pengeluaran dana produksi kemasan:

No	Komponen biaya	Estimasi Harga	Jumlah	Total
1.	Kertas Ivory 300gsm (cetak full)	Rp.2.500	100pcs	Rp.250.000
2.	Laminasi Food-Grade (OPP/PE)	Rp.1.000	100pcs	Rp.100.000
3.	Biaya Potong, Lipat, Lem	Rp.500	100pcs	Rp.50.000

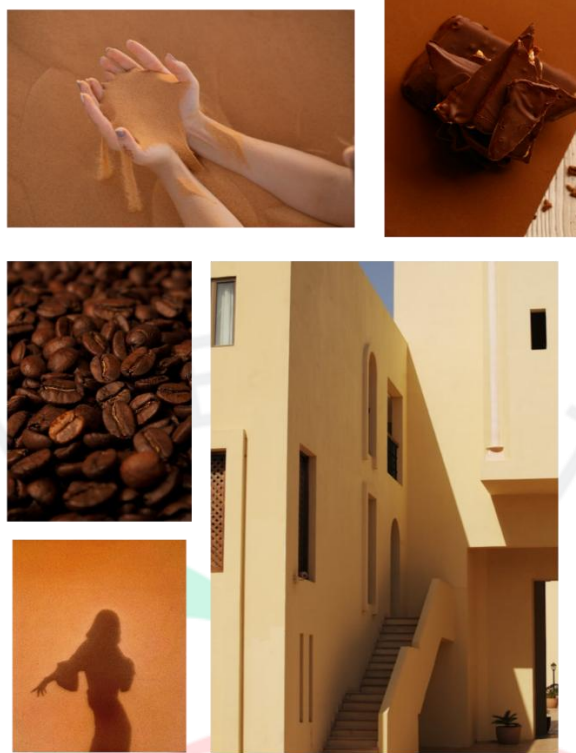
4.	Desain & Ilustrasi (jika dihitung)	Rp.0	-	Rp.0
5.	Cadangan biaya produksi (5%)	Rp.0	-	Rp.20.000
	TOTAL BIAYA PRODUKSI			Rp.420.000
	Estimasi harga peremasan			Rp.4.200

Label 4 1 estimasi pengeluaran dana produksi kemasan

4.6 Moodboard



Gambar 4. 1 moodboard putih (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 2 moodboard coklat (dokumntasi pribadi)



Gambar 4. 3 moodboard orange (dokumentasi pribadi)

Moodboard mengusung tema modern, dan minimalis, yang merepresentasikan nilai utama dari Dapoer Mang Uzel, makanan rumahan yang dibuat dengan hati dan membawa cerita. Nuansa ini diwujudkan melalui visual yang bersih, rapi, namun tetap humanis.

4.7 Konsep Kreatif & Gaya Desain (Tone & Manner)

Perancangan ulang kemasan Dapoer Mang Uzel tidak hanya menitikberatkan pada tampilan visual semata, namun juga pada pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Oleh karena itu, konsep kreatif dan gaya desain dirancang untuk mencerminkan identitas brand yang mengusung kehangatan, keaslian, dan kedekatan emosional dengan pelanggan.

Konsep kreatif yang diusung dalam rebranding kemasan ini mengangkat tema: *“Cooked with Heart, Served with Story”* yang di ambil dari tagline Dapoer Mang Uzel, Tema ini mewakili filosofi Dapoer Mang Uzel sebagai usaha kuliner rumahan yang menyajikan masakan dengan penuh ketulusan dan sentuhan rasa personal. Setiap hidangan tidak hanya dimasak dengan hati, tetapi juga membawa cerita—baik tentang proses memasaknya, nilai kekeluargaan, maupun akar budaya lokal yang menjadi inspirasi resepnya.

Melalui kemasan baru ini, Dapoer Mang Uzel ingin menyampaikan bahwa makanan bukan sekadar produk, tetapi pengalaman yang bisa membangkitkan kenangan dan emosi. Kemasan menjadi media penting untuk menyampaikan kisah ini secara visual dan tekstual, agar konsumen merasa lebih dekat dan terhubung dengan brand.

Gaya desain yang digunakan mengusung pendekatan modern dan minimalis, namun tetap mempertahankan nuansa hangat dan personal sesuai dengan tema yang diangkat. Desain dikembangkan dengan komposisi yang bersih, ruang putih yang cukup. Elemen visual menggunakan ikonografi atau ilustrasi sederhana dengan garis bersih dan bentuk geometris halus. Hal ini mendukung tampilan modern sekaligus memberikan sentuhan naratif secara halus.

4.8 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan ulang kemasan Dapoer Mang Uzel dikembangkan untuk mendukung identitas brand yang mengusung nilai kehangatan, keterbukaan, dan

kedekatan dengan konsumen. Visual yang digunakan harus mampu menyampaikan cita rasa masakan rumahan, namun dikemas dalam tampilan yang modern dan profesional.

4.8.1 Visual Utama

- LOGO



Gambar 4. 4 Logo dapoer mang uzel (dokumentasi pribadi)

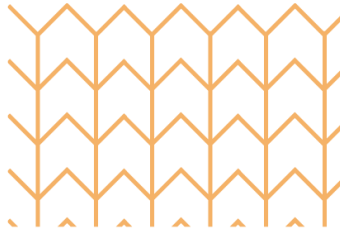
Logo adalah wajah dari sebuah merek. Di dalamnya terkandung nilai, karakter, dan citra yang ingin disampaikan brand. Saat konsumen melihat kemasan, logo adalah hal pertama yang membantu mereka mengenali dan mengingat produk.

- SUPERGRAFIS



Gambar 4. 5 supergrafis 1 (dokumentasi pribadi)

Supergrafis yang dibuat untuk menjadi visual utama pada kemasan selain logo, yang mempermudah konsumen mengetahui kemasan dapoer mang uzel selain dari logo, dan supergrafis ini dapat mengisi ruang dengan cara yang estetik dan tetap bersih, yang membuat kemasan terisi tapi tidak ramai.



Gambar 4. 6 supergrafis 2 (dokumentasi pribadi)

Supergrafis yang dibuat untuk menjadi visual utama pada kemasan selain logo, yang mempermudah konsumen mengetahui kemasan dapoeer mang uzel selain dari logo, dan supergrafis ini dapat mengisi ruang dengan cara yang estetik dan tetap bersih, yang membuat kemasan terisi tapi tidak ramai.

4.8.2 Visual Pendukung

- ILUSTRASI MENU



Gambar 4. 7 ilustrasi nasi goreng (data pribadi)



Gambar 4. 8 ilustrasi mie ayam (dokumentasi pribadi)

Ilustrasi yang dibuat yaitu nasi goreng dan mie ayam menjadi visual pendukung dalam kemasan, yang memberi tahu pelanggan bahwa kemasan melindungi makanan berupa nasi goreng maupun mie ayam.

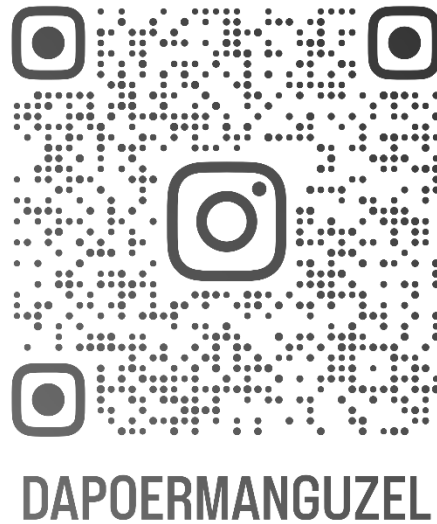
- LOGO HALAL



Gambar 4. 9 logo halal (<https://images.app.goo.gl/YAx6V8Bpr8h3S67M6>)

Visual pendukung logo halal menjadi fungsi untuk memberi tahu konsumen muslim bahwa produk ini aman, sesuai syariat, dan telah melalui proses sertifikasi resmi. Ini sangat krusial di Indonesia yang mayoritas muslim — bahkan bisa jadi faktor penentu pembelian.

- **BARCODE**



Gambar 4. 10 barcode instagram dapoer mang uzel (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 11 barcode whatsapp dapoer mang uzel (dokumentasi pribadi)

Barcode adalah salah satu visual pendukung pada kemasan dapoeer mang uzel yang berfungsi memberi informasi yang berkaitan langsung dengan usaha dapoeer mang uzel itu.

4.9 Konsep Verbal

Konsep verbal merupakan bagian penting dalam strategi branding yang berfungsi menyampaikan pesan dan identitas brand melalui kata-kata. Komunikasi verbal yang baik harus mampu menciptakan kedekatan dengan konsumen, mencerminkan karakter brand, serta menyampaikan nilai-nilai yang diusung oleh Dapoer Mang Uzel secara jelas, hangat, dan konsisten.

4.9.1 Tagline

Cooked with Heart, Served with Story Tagline ini mewakili esensi dari brand Dapoer Mang Uzel bahwa setiap makanan yang disajikan dibuat dengan sepenuh hati, dan memiliki kisah yang ingin dibagikan kepada konsumen. Tagline ini singkat, mudah diingat, dan menyentuh sisi emosional, sekaligus memperkuat diferensiasi brand dibanding kompetitor.

4.9.2 Tipografi atau Jenis Huruf

- Font pada Logo

Terdapat 2 nama font yang di gunakan pada logo, untuk kata Dapoer, menggunakan font Baloo Tammudu 2, sedangkan untuk kata Mang Uzel, menggunakan font Baloo Tammudu, yang kedua font itu berbasic *sans serif*.

- Font tagline

Cooked with Heart, Served with Story adalah tagline dalam kemasan Dapoer Mang Uzel dengan menggunakan font Baloo Tammudu 2.

4.10 Konsep Perancangan

Konsep perancangan dalam aspek layout dan komposisi bertujuan untuk menghadirkan tampilan visual yang informatif, dan terstruktur secara rapi. Pendekatan desain yang digunakan mengikuti prinsip modern minimalis, di mana ruang kosong, keterbacaan, serta hierarki informasi menjadi elemen utama dalam tata letak kemasan.

- **Zona Atas (*Top Area*)**

Bagian ini menjadi titik awal pandang mata saat konsumen melihat kemasan. karena itu, logo Dapoer Mang Uzel ditempatkan di bagian atas sebagai identitas utama. Logo hadir dengan ukuran proporsional, tidak mendominasi, namun cukup mencolok untuk memperkuat daya ingat brand secara instan.

- **Zona Tengah (*Central Area*)**

Di bagian tengah, terdapat tagline “*Cooked with Heart, Served with Story*” yang menjadi pusat perhatian utama setelah logo. *Tagline* ini diperkuat dengan visual pendukung seperti ilustrasi atau elemen grafis sederhana yang menggambarkan nilai emosional dan filosofi brand. Penataan dilakukan secara seimbang agar tidak mengganggu ruang kosong di sekitarnya, tetap menghadirkan kesan minimalis namun ekspresif.

- **Sisi Kemasan (*Side Panel*)**

Pada bagian sisi kemasan, digunakan supergrafis yakni elemen grafis berskala besar yang bersifat dekoratif namun tetap menguatkan identitas visual brand. Supergrafis ini dibuat berdasarkan logo, dan dibuat dalam gaya menyerong dan seperti membentuk garis. Elemen ini tidak hanya menjadi penghias, tetapi juga memperkuat karakter visual kemasan secara keseluruhan.

- **Penggunaan Ruang Kosong (*White Space*)**

Setiap elemen disusun dengan memperhatikan ruang kosong yang cukup untuk menciptakan kesan lega dan nyaman dipandang. *White space* digunakan untuk memperjelas batas antar elemen serta mendukung kesan elegan dan modern pada kemasan.

4.11 Final Artwork



Gambar 4. 12 desain kemasan mie ayam (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 13 desain kemasan nasi goreng (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 14 Kemasan Mie ayam Mockup (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 15 Kemasan Nasi goreng Mockupp (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 16 mockup poster mie ayam (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 17 mockup poster nasi goreng (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 18 mockup wobbler (dokumentasi pribadi)



Gambar 4. 19 stiker dapoer mang uzel (dokumentasi pribadi)