

ME
RK
LA
BEL
LING
PER
IZIN
AN

adi nugroho | desain kemasan

**let's talk about
protecting good design**

**Anda lulus dan bekerja
sebagai Desainer Kemasan.**

Apa? Desainer Kemasan?

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Spesialis Desain Kemasan

**Keputusan Menakertrans
Kep.109/Men II/2007**



**MENTERI
TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN MENTERI
TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR : KEP. 109/MEN/II/2007

Berisi tentang kompetensi standar yang harus dimiliki oleh Desainer Grafis dan Desainer Produk, yaitu :

- 1. Mengidentifikasi Isi Kemasan**
- 2. Menentukan Bentuk Kemasan**
- 3. Menentukan Kegunaan Kemasan**
- 4. Mengidentifikasi Target Pasar**
- 5. Melakukan Konsultasi dengan Tenaga Ahli**
- 6. Melakukan Kompilasi Data dan Informasi Sesuai Kebutuhan Pelanggan**

Secara lebih rinci :

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
01. Mengidentifikasi isi kemasan	<p>1.1. <i>Karakteristik produk</i> yang akan dikemas dipahami.</p> <p>1.2. Manfaat atau kegunaan produk yang dikemas dipahami.</p> <p>1.3. Potensi bahaya dari produk yang dikemas diidentifikasi sesuai dengan peraturan yang berlaku.</p> <p>1.4. Tujuan <i>positioning</i> pemasaran produk didiskusikan dengan pelanggan.</p>

<p>02. Menentukan bentuk kemasan</p>	<p>2.1 Bentuk kemasan yang diinginkan oleh pelanggan digali dari pelanggan sesuai dengan karakteristik produk.</p> <p>2.2 Bahan kemasan yang akan digunakan didiskusikan dengan pelanggan dengan mempertimbangkan fungsi, disain dan faktor keamanan produk yang dikemas.</p> <p>2.3 Aspek teknis produksi kemasan didiskusikan dengan pelanggan untuk kelancaran dalam proses produksi.</p> <p>2.4 Bentuk dasar kemasan disepakati dengan pelanggan dengan mempertimbangkan aspek teknis dan biaya yang terendah.</p>
--------------------------------------	--

03. Menentukan kegunaan kemasan	3.1 Tujuan penggunaan kemasan digali dari pelanggan, berdasar pada keperluan pengemasan produksi yang dihasilkan.
	3.2 Kegunaan pengemasan dibahas kembali dengan pelanggan untuk memperoleh kesesuaian antara keinginan pelanggan dengan aspek proses pembuatannya. 3.3 Kesepakatan kegunaan kemasan dengan pelanggan dicatat dan direkam.

04. Mengidentifikasi target pasar

4.1. Target pasar yang diinginkan didiskusikan dengan pelanggan.

4.2. Informasi tentang latar belakang sosial, ekonomi, budaya dan gaya hidup dari target pasar dihimpun.

4.3. Sebaran daerah pemasaran dan moda transport yang akan digunakan dihimpun sesuai dengan kebutuhan.

<p>05. Melakukan konsultasi dengan tenaga ahli</p>	<p>5.1. Informasi tentang kebutuhan pelanggan didiskusikan dengan tenaga ahli yang relevan untuk memperoleh masukan.</p> <p>5.2. Aspek disain yang terkait dengan psikologi pemasaran didiskusikan dengan ahli pemasaran yang relevan</p> <p>5.3. Aspek disain kemasan yang terkait dengan grafis didiskusikan dengan ahli disain grafis yang kompeten</p> <p>5.4. Aspek disain kemasan yang terkait dengan produksi kemasan didiskusikan dengan pihak yang relevan</p>
--	---

<p>06. Melakukan kompilasi data dan informasi sesuai kebutuhan pelanggan</p>	<p>5.1. Keseluruhan data dan informasi tentang kebutuhan disain kemasan dari pelanggan dihimpun</p> <p>5.2. Data tentang kebutuhan disain kemasan pelanggan dihimpun sesuai dengan jenis dan keperluannya.</p> <p>5.3. Data dan informasi disimpan dalam filing yang mudah untuk dipergunakan kembali</p>
--	---

Dengan Unit Kompetensi :

- 1. Kompetensi Kemasan Umum**
- 2. Kompetensi Kemasan Produk Pangan**
- 3. Kompetensi Kemasan Inti Sandang**
- 4. Kompetensi Kemasan Produk Logam dan Elektronika**
- 5. Kompetensi Kemasan Produk Kimia dan Bahan Bangunan**
- 6. Kompetensi Kemasan Produk Kerajinan**

Jawa Tengah

Industri di Jawa Tengah **99,8%** adalah **IKM**, **50%** merupakan **industri agrobisnis atau pengolahan makanan**. Sejak Februari 2006 Dinas Perindustrian Jateng mendirikan **Klinik Desain Kemasan dan Merek** dengan merekrut tenaga desainer profesional.

Disperindag Jawa Tengah

Selain itu anda dituntut untuk memiliki pengetahuan pendukung di antaranya :

**Teori Warna
Penguasaan Desain Tipografi
Creative Writing (copywriting)
dan Standar Nasional/
Internasional yang berlaku**

IPR (Intellectual Property Rights) / HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual)

Patent

Copyright

Trademark



Paten

Hak eksklusif yang diberikan oleh **Negara** kepada **inventor** atas **hasil invensinya di bidang teknologi**, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya

definisi sesuai UU Paten RI No.14/2001

Hak Cipta (Copyright)

Hak eksklusif bagi **pencipta** maupun **penerima hak** untuk **mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya** maupun memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut perundang-undangan yang berlaku

definisi sesuai UU Hak Cipta RI No.12/1997

Dalam desain kemasan, masalah **merek** menjadi lebih sering muncul karena terkait kepada **perijinan barang dalam keadaan terbungkus** yang merupakan **PNBP (Penerimaan Negara Bukan Pajak)** yang dikeluarkan oleh **Departemen Hukum dan HAM**.

Di sebagian negara, slogan iklan juga didaftarkan sebagai merek dagang begitu juga bentuk merek tanda tiga dimensi (bentuk produk / kemasan).



Toblerone® adalah merek terdaftar dari the Kraft Foods Group ©1986

UU RI No.2 / 1981

Barang dalam Keadaan

Terbungkus / Label

Semua barang dalam keadaan terbungkus yang diedarkan, dipamerkan wajib diberitahukan / dinyatakan pada bungkus / labelnya dengan tulisan singkat, benar dan jelas : Nama Barang, Ukuran, Isi, Berat Bersih, Jumlah Barang.

UU RI No.69/1999

Label dan Iklan Pangan

Label : Setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan atau bentuk lain dan ditempelkan pada bagian kemasan.

Ketentuan label : Harus mencantumkan Nama Produk, Berat Bersih, Isi Bersih, Nama dan Alamat Produsen

Merek Dagang (Trademark)

Suatu “tanda” yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa

definisi sesuai UU Merek RI No.15/2001



Merek yang didaftarkan ke Depkumham RI memiliki persyaratan :

- **Didaftarkan perseorangan atau badan hukum**
- **Memenuhi persyaratan perijinan : KTP, NPWP, Surat pernyataan tidak meniru merek lain, dan contoh/etiket merek max 8x8 cm diprint di kertas untuk disebar di 24 provinsi**

Merek akan keluar dalam waktu 1 tahun 6 bulan.



Registered Trademark
(Merek terdaftar) dapat digunakan
**pada produk / kemasan sambil
menunggu proses merek jadi**

Trademark (merek)
yang sudah jadi

Jenis Merek :



Merek Dagang



Merek Kolektif



Merek Sertifikasi



Merek Jasa



Merek Terkenal



Unilever
(**Merek Kolektif**)
dan Beberapa
Merek Dagang
Unilever



Ramah Lingkungan



Beberapa contoh
Merek Sertifikasi
di Indonesia

Konsep Inovasi dan Imitasi

Sebuah perusahaan yang memperkenalkan sesuatu yang baru dalam dunia desain industri akan melibatkan dua hal, **Inovasi dan Imitasi.**

Inovasi :

Tidak adanya produk yang **mirip dan identik**, yang diperkenalkan ke pasar oleh **perusahaan lain** yang beroperasi pada **kategori industri yang sama lebih dulu**

Imitasi :

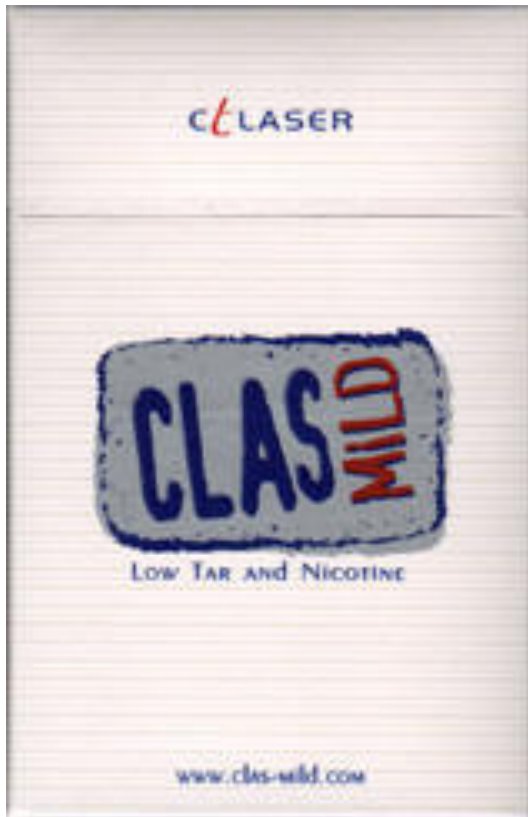
Ketika kompetitor mengkopi / meniru sang inovator (tanpa persetujuan), bahkan jika produk industri tersebut merupakan inovasi (baru) bagi sang imitator.

Keuntungan menjadi Inovator :

- **Reputasi** > kepemimpinan dalam inovasi > loyalitas konsumen > menciptakan standar
- **USP**
- **Pionir** (first mover) dalam strategi bauran pemasaran yang mungkin ditiru oleh kompetitor







Karakteristik IPR/HAKI

Paten

Hak Cipta

Merek

Durasi	Kebutuhan	Penekanan
20 Tahun	Penemuan baru dan bisa diaplikasikan pada industri	Inovasi
70 Tahun sejak kematian pencipta	Originalitas	Originalitas
Tak Terbatas	Unik / Beda / Tidak ambigu	Otentisitas

Ada Pertanyaan?