

TIJAUAN DESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN BELIMBING “RASA DEWA”

oleh:

Dwi Ramayanti, S.Sn.,M.Sn.

FDSK, Desain Komunikasi Visual

MERCU BUANA

dwi.ramayanti@mercubuana.ac.id

Ringkasan

Desain kemasan yang menarik akan menjadi kelebihan dari sebuah produk. Produk akan lebih menarik secara visual juga menarik perhatian pembelinya. Kota Depok adalah kota yang dikenal dengan budaya belimbing dan memiliki UMKM produk yang berbahan dasar belimbing, namun banyak UMKM yang terimbas pandemi menyebabkan menurunnya produktivitas. Penelitian ini dilaksanakan untuk meninjau desain kemasan produk makanan dan minuman berbahan dasar belimbing di Depok merek Rasa Dewa dengan varian produk seperti jus, sirup dan dodol. Secara khusus bertujuan untuk mengetahui desain struktur dan desain interface kemasannya, secara umum bertujuan untuk membantu meningkatkan wawasan desain kemasan yang dimiliki para produsen-produsen produk makanan dan minuman berbahan dasar belimbing tersebut. Manfaat yang diharapkan adalah desain kemasan akan menjadi lebih baik dan sebagai studi pustaka bagi peneliti lain.

Kata kunci: UMKM, Produk belimbing, Makanan dan Minuman, Desain Kemasan, Rasa Dewa

Abstract

An attractive packaging design will be an advantage of a product. Products will be more visually attractive and also attract the attention of buyers. Depok is a city known for star fruit cultivation and has UMKM products made from star fruit, however, many UMKM have been affected by the pandemic causing a decline in productivity. This research was conducted to review the packaging design of star fruit-based food and beverage products in Depok with the Rasa Dewa brand with product variants such as juice, syrup and lunkhead. Specifically, it aims to find out the structural design and interface design of the packaging, in general it aims to help increase the packaging design knowledge possessed by these starfruit-based food and beverage producers. The expected benefit is that the packaging design will be better and as a literature study for other researchers.

Keywords: *UMKM, star fruit products, food and beverages, packaging design, Rasa Dewa*

A. PENDAHULUAN (Judul Section, Garamond, Bold, 12pt)

Teknologi yang terus berkembang begitu juga dengan material, produksi dan masyarakat yang terus berubah memerlukan adanya peningkatan dalam desain kemasan, yang berguna untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan juga mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk dipasar. Menurut Ricky Joseph Pesik, Wakil Ketua Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang dikutip dari *inacraftnews.com*, kemasan penting dalam meningkatkan nilai jual sebuah produk. “Daya tarik akan dimiliki sebuah produk apabila dikemas dengan menarik”.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang berdampak pandemi Covid-19, mengakibatkan banyak tenaga kerja yang dirumahkan, seperti info dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kompas, 27 Maret 2020), adanya 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terkena dampak pandemi.

Kota belimbing adalah julukan dari kota Depok, dikarenakan wilayah ini memiliki lahan luas dalam membudidayakan belimbing. Beberapa industri runah tangga dan UMKM memproduksi makanan juga minuman berbahan dasar belimbing khas Depok. Namun hasil produksi makanan dan minuman ini belum cukup dikenal oleh masyarakat. Penelitian ini akan meninjau

desain kemasan yang digunakan oleh produk-produk berbahan dasar belimbing dari UMKM di kota Depok yaitu minuman jus dan sirop belimbing, juga makanan dodol belimbing merek Rasa dewa dan Maharani, dengan tujuan untuk mengetahui desain struktur dan desain *interface* kemasannya, secara umum bertujuan untuk membantu meningkatkan wawasan desain kemasan yang dimiliki para produsen-produsen produk makanan dan minuman berbahan dasar belimbing tersebut.

Metode analisa adalah metodologi tinjauan visual analisis elemen desain komunikasi visual pada identitas branding. Elemen-elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, layout, warna, ilustrasi/fotografi/gambar dan elemen identitas branding seperti Brand (merek, logo) yang bisa berbentuk visual, teks, atau keduanya kemudian warna (produk, korporat) komposisi semua elemen penyusunnya dan media promosi juga media informasinya.

Identifikasi Permasalahan

Bagaimana desain struktur dan desain *interface* kemasan yang digunakan untuk produk-produk berbahan dasar belimbing merek Rasa Dewa khususnya produk minuman jus, sirup dan produk makanan dodol belimbing?

B. TINJAUAN PUSTAKA (Judul Section, Garamond, Bold, 12pt)

Terdapat beberapa penelitian mengenai objek penelitian sejenis yang akan menjadi landasan penelitian serta bahan referensi penelitian ini. Berdasarkan perumusan masalah, berikut ini adalah review beberapa penelitian terdahulu :

a. Penelitian Sejenis

1. Nadia Sigi Prameswari, Muhammad Dziaa'ul Haq, Gunadi, Pratama Bayu Widagdo, dengan judul penelitian Strategi Pembentukan Citra Produk UKM melalui Perancangan Desain Kemasan Stick Snack “Sabilla Djaya”. Fokus penelitian ini adalah redesain kemasan makanan “Sabilla Djaya”. Redesain ini dilakukan dengan alasan kemampuan kemasan dalam melindungi isi produk dan kualitas tampilan desain kemasan yang dinilai kurang sesuai dengan harga jual serta target marketnya. Harapan dari redesain agar memperkuat citra peroduk UKM “Sabilla Djaya”.
2. Ari Widiati dengan judul penelitian Peranan Kemasan (Packaging dalam meningkatkan Pemasaran Produk

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan pontianak. Penelitian ini membahas mengenai pentingnya desain kemasan khususnya kemasan F&B, objek penelitian ini adalah produsen kemasan “Mas Pack”. “Mas Pack” adalah Terminal Kemasan yang berada di Pontianak, produsen kemasan ini dapat dijadikan solusi bagi UMKM pontianak agar produk-produknya menjadi lebih menarik.

3. Ahmad Zainudin dengan judul penelitian D-9 Oleh-Oleh khas Kota Salatiga. Objek penelitian ini adalah redesain produk makanan berbahan dasar singkong. Alasan redesain adalah kemasan sebelumnya belum sesuai dengan standar peraturan Kementerian Negara Koperasi dan UKM RI.

b. Kajian Pustaka Desain Kemasan

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Prinsip dasar desain kemasan:

- a. Keseimbangan; keseimbangan visual dapat diciptakan secara simetris dan asimetris
- b. Kontras; menekankan perbedaan, dapat berupa bobot, ukuran, skala, warna, nilai atau dinamika positif dan negatif

- suatu ruang
- c. Intensitas; keseimbangan antar elemen yang bersebrangan
 - d. Positif dan Negatif; mengacu pada hubungan yang berlawanan antar elemen-elemen desain dalam suatu komposisi
 - e. Nilai; diciptakan oleh terang dan gelapnya warna
 - f. Bobot; mengacu pada ukuran, bentuk, dan warna visual dalam kaitannya dengan elemen-elemen lain.
 - g. Posisi; penempatan elemen-elemen dalam kaitannya antara satu elemen dengan elemen lainnya dalam format visual.
 - h. Urutan (alignment); penyusunan elemen-elemen dalam pengelompokan logis yang nyaman bagi persepsi manusia dan secara visual mendukung alur informasi.
 - i. Hirarki; diciptakan dengan pengorganisasian elemen-elemen visual dalam tahap-tahap dan tingkatan urutan kepentingan
 - j. Tekstur; komposisi dua dimensi dapat mengkomunikasikan tekstur melalui pemakaian gaya desain. Tekstur bisa memberikan kedalaman komposisi atau dapat mensimulasikan kualitas fisik seperti halus, kasar atau berbutir.

Penarik perhatian utama desain kemasan:

- a. Warna
- b. Struktur fisik atau bentuk

- c. Simbol dan Angka
- d. Tipografi

Daya tarik elemen desain kemasan adalah Prinsip dasar desain kemasan + tujuan pemasaran yang jelas + pemakaian empat penarik perhatian utama = Desain kemasan yang dirancang dengan baik.

Desain kemasan yang bisa melayani target pasar yang dituju haruslah:

- a. Sesuai dengan budaya setempat
- b. Tata bahasa yang tepat dan akurat
- c. Logis secara visual
- d. Dirancang secara kompetitif

Panel Display Utama

Panel Display Utama atau Primary Display Panel (PDP) adalah area yang dikhususkan untuk menempatkan identitas merek dan elemen-elemen komunikasi utama, terdapat dibagian depan desain kemasan.

Elemen-elemen yang diperlukan umumnya meliputi: Tanda Merek, Nama Merek, Nama produk, Keterangan Komposisi (ingredient), Berat Bersih, Informasi Nilai Gizi, Tanggal kadaluarsa, Peringatan Bahaya, Arahan Penggunaan, Dosis, Instruksi, Ragam, Barcode. Elemen-elemen yang diatur dengan desain meliputi: Warna, Citra, Huruf, Ilustrasi, Sarana Grafis, Foto (noninformasi), Simbol (noninformasi), Ikon, Hirarki Visual.

Struktur dan material

Struktur dan material digunakan sebagai tempat penyimpanan, perlindungan dan transportasi produk dan menyediakan permukaan fisik bagi desain kemasan. Struktur dan pilihan material harus berdasarkan pertimbangan berikut ini:

- a. Apakah produknya?
- b. Bagaimana produk akan dipindahkan?
- c. Bagaimanakah dan dimana produk akan disimpan?
- d. Bagaimanakah produk perlu dilindungi?
- e. Bagaimanakah produk perlu dipajang?
- f. Dimanakah produk akan dijual?
- g. Siapakah target audiesnya?
- h. Berapa batasan biayanya?
- i. Siapakah kompetisi kategori ini?
- j. Berapa jumlah produksinya?
- k. Apakah struktur yang ada sebelumnya dapat diperbaiki?
- l. Apakah struktur yang baru perlu dikembangkan?
- m. Apakah struktur perlu dipatenkan?

Kemasan berdasarkan struktur isi dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: Kemasan Primer, Kemasan Sekunder dan Kemasan Tersier.

C. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif, menggunakan analisis. Landasan teori sebagai acuan agar

fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan wawancara, observasi dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan pemilik Rasa Dewa Ibu Lejar Tri ayunita. Observasi dilakukan di marketplace dan juga tempat pengolahan produk Rasa Dewa yang beralamat di Perumahan Pesona Gaharu Blok A No 3, Bedahan, Kec. Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat 16519. Studi Pustaka dilakukan untuk mencari data pendukung dan mendapatkan landasan pemahaman yang menyeluruh mengenai obyek. Studi pustaka dilakukan melalui perpustakaan, dan media massa.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemasan Rasa Dewa

Produk Belimbing Rasa Dewa yang akan di analisa adalah sirop, jus dan dodol.



Gb.1, Kemasan Rasa Dewa

Sumber: Tokopedia

Kemasan Dodol

Rasa Dewa memproduksi dodol dengan komposisi buah belimbing dewa, jambu biji

merah, tepung ketan, santan, gula pasir dan perisa.



Gb.2, Kemasan Sekunder Dodol

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemasan Sekunder dodol berbentuk persegi panjang dari material karton lipat dengan isi berat bersih 160 gram. Didalamnya terdapat beberapa susunan dodol yang dilapisi kemasan primer dari material plastik. Panel display utama terdiri atas nama brand, nama produk, ilustrasi foto, tagline dan berat bersih juga alamat produsen. Disamping kanan dan kiri juga sisi depan dan belakang terdapat informasi tambahan dari produk.



Gb.3, Kemasan Primer Dodol

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemasan primer dodol terbuat dari material palstik berukuran 12 x 11,5 cm. Pada bagian tengah ditempel stiker yang terdapat nama brand.

Kemasan Sirop

Kemasan sirop Rasa Dewa terbuat dari material plastik *Polyethylene Terephthalate*

(PET), dengan berat bersih 500ml.



Gb.4, Kemasan Primer Sirop

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tampilan Panel Display Utama berupa stiker berukuran 6 x 12cm, tampak pada PDP nama produk, nama brand, ilustrasi foto, tagline, berat bersih, logo halal, produsen, barcode dan tanggal kadaluarsa.

Kemasan Jus

Kemasan jus juga dengan material plastik *Polyethylene Terephthalate* (PET), dengan berat bersih 250ml.



Gb.5, Kemasan Primer Jus

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ukran stiker adalah 9,7 x 5,8cm. Terdapat PDP dan Informasi produk pada sisi kanan dan kiri stiker. PDP terdiri atas Nama Brand, Nama Produk, Ilustrasi berupa foto, berat bersih, tagline dan barcode. Sedangkan

pada informasi produk terdiri atas komposisi produk, logo halal, BPOM, tanggal kadaluarsa juga alamat produsen.

TINJAUAN

Kemasan Dodol

Struktur Kemasan sekunder dari dodol menggunakan karton lipat yang tidak menggunakan banyak perekat untuk menyatukannya.



Gb.6, Pola Kemasan Sekunder Dodol

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Garis potong dan bentuk lekukkan pada pola kemasan cukup baik namun belum rapih.

Desain Interface yang terdiri atas elemen desain seperti tipografi, warna, ilustrasi layout dan komposisi sudah memiliki keseimbangan dan kesatuan yang cukup baik. Layout menggunakan center alignmet cukup aman untuk digunakan, irama berupa pengulangan warna dan penggunaan jenis tipografi tidak berlebihan. Kekurangan dari interface desain pada kemasan sekunder ini terletak pada hirarki visual berupa informasi utama yang ditampilkan terutama pada PDP, seperti contohnya nama brand yang berukuran lebih besar dari nama produknya,

atau tagline yang ditempatkan seperti slogan. Kualitas dari tampilan foto masih terlihat belum sempurna karena masih samar terlihat kotak yang belum selesai di *cropping*.

Kemasan Primer memiliki struktur yang sederhana yaitu palstik tipis pembungkus dodol.



Gb.7, Pola Kemasan Primer Dodol

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Plastik bermotif lingkaran berwarna biru, tidak relevan dengan konsep desain keseluruhan, karena tidak diketahui makna dari warna biru dan linkaran tersebut. Stiker kecil yang ditempelkan diplastik adalah logo atau nama brand dari dodol yaitu Rasa Dewa dengan taglinenya “Oleh-Oleh Khas Depok”. Tampilan logo pada kemasan ini berbeda, karena terdapat emblems pada logo aslinya yang hanya terdiri dari *logotype* dan *brandmark* dan disertakan tagline dibawahnya, peletakkan tagline juga berbeda dari kemasan lainnya yang difungsikan sebagai slogan. Prinsip layout pada kemasan primer tidak digunakan dengan baik.

Kemasan Sirop

Kemasan sirop dengan material botol plastik PET memiliki banyak kelebihan, selain

menghemat biaya produksi, kemasan botol plastik pada kemasan sirup dan jus mudah didapatkan, kekurangannya adalah tidak berbeda dengan kemasan lainnya yang ada dipasaran.



Gb.8, Kemasan botol
Sumber: bukalapak.com

Stiker yang ditempelkan pada botol hanya menampilkan PDP saja untuk informasi produk lainnya tidak disertakan.



Gb.9, Stiker Kemasan botol sirup
Sumber: dokumentasi pribadi

Hirarki visual pada PDP lebih baik dari kemasan lainnya, nama produk menjadi headline pada PDP dan logo ditempatkan berdampingan dengan taglinenya. Ilustrasi foto juga jelas terlihat dan rapih. Komposisi

layout sudah terlihat rapih dengan center alignment, begitu pula dengan prinsip layout lainnya seperti irama dan keseimbangan sudah benar. Kekurangan pada kemasan ini hanya pada informasi tambahan seputar produknya, seperti komposisi produk.

Kemasan Jus

Struktur kemasan jus juga menggunakan material plastik berupa botol, hanya bentuk dan ukuran dan warna tutup botolnya yang berbeda. *Interface design* kemasan ini menggunakan material kertas berupa stiker.



Gb.10, Stiker Kemasan botol jus

Sumber: dokumentasi pribadi

Stiker terdiri atas PDP dan informasi tambahan produk disisi kanan dan kiri. Hirarki visual pada PDP tidak digunakan dengan baik, nama brand menjadi headline dan nama produk menjadi subheadline, seharusnya diletakkan kebalikannya. Tagline difungsikan seperti slogan, dan warna biru mendadak dimunculkan pada kemasan ini dibagian bawah sebagai dekorasi. Informasi produk menggunakan tipografi sanserif berwarna putih diatas background berwarna paduan hijau terang dan kuning mempengaruhi *visibility* atau tingkat keterbacaan dalam jarak tertentu.

E. KESIMPULAN

Daya tarik elemen desain kemasan adalah Prinsip dasar desain kemasan + tujuan pemasaran yang jelas + pemakaian empat penarik perhatian utama = Desain kemasan yang dirancang dengan baik. Desain kemasan yang dimiliki Rasa Dewa pada produk minuman sirup dan jus dan produk makanan dodol sudah menggunakan prinsip desain dan memakai empat penarik perhatian utama, namun belum optimal digunakan. Sedangkan untuk pemasaran sudah cukup jelas dan mampu melayani target pasar yang dituju seperti kesesuaian dengan budaya setempat, tatanan bahasa yang baik dan secara visual bisa diterima dan juga dirancang dengan kemasan yang mampu membungkus produk dengan aman.

Saran

Konsep desain dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi dengan memperhatikan prinsip desain dan penggunaan elemen desain.

F. DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, B. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Laksmi, Asri. Nidyah. (2017). *Panduan Pendirian Usaha Pembuatan Desain Kemasan*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Mattos, Evelio. (2024). *Packaging and Dielines*. Design Packaging, inc. Rosner,
- Marianne. Sandra. (2022). *Desain Kemasan*. Erlangga
- Suprianto, H. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andy Offset
- Sophiah. Mamang, Etta. (2010). *Metodelogi*

Penelitian. Yogyakarta: Andy Offset

Tinarbuko, S. (2015). *Dekave: Desain Komunikasi Visual Penanda Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service

JURNAL

- Sigit, Nadia. (2021). Strategi Pembentukan Citra Produk UKM melalui Perancangan Desain Kemasan Stick Snack “Sabilla Djaya”. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.
- Widiati, Ari. (2019). Peranan kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 128-13.
- Zainudin, Ahmad. (2021). Pengaruh Ilustrasi Desain Kemasan pada Produk Singkong Keju D-9 Oleh-Oleh Khas Kota Salatiga. *Citra Diga Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(3), 1-9.

WEBPAGES

Pengertian Kemasan Produk Menurut Para Ahli. (2022, April 27). Retrived from <https://www.twinpackindonesia.com/>

BIODATA PENELITI

- a) Nama Lengkap : Dwi Ramayanti,
S.Sn.,M.Sn.
- b) NIDN : 0305128006
- c) Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- d) Program Studi: Desain Komunikasi
Visual
- e) No. HP: +62 82113485040
- f) Alamat surel (e-mail) :
dwi.ramayanti@mercubuana.ac.id