
PERANCANGAN ULANG VISUAL KEMASAN PRODUK UMKM CEMILAN MAS ENDUT’S

Reksopati Hario Pamungkas¹, Adi Iryanto²

^{1,2} Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Jl. Wijaya II No.62 RT 5/RW 1 Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Abstract:

Visual Redesign of SME Product Packaging Cemilan Mas Endut's helps SMEs Cemilan Mas Endut's to design good and correct visuals and packaging shapes, therefore this research is in qualitative form using data from questionnaires, observations, interviews, and domicile research of Cemilan Mas Endut's SMEs to make it easier to design packaging made according to their target audience. The solution to the problem of Cemilan Mas Endut's SME owners is to recreate the visual and pay attention to the shape and packaging materials of their products that adjust the condition of the Mas Endut's Snack SMEs and also other additions such as the Mas Endut's Cemilan logo, Roll Banner, Product Menu from Mas Endut's Snacks, Signage, Booth Display and stickers for Mas Endut's Snack SMEs.

Keyword: *Packaging Design, Snack Products, SMEs, Culinary*

Abstrak:

Perancangan Ulang Visual Kemasan Produk UMKM Cemilan Mas Endut’s membantu UMKM Cemilan Mas Endut’s untuk merancang visual dan bentuk kemasan yang baik dan benar, maka dari itu penelitian ini dalam bentuk kualitatif yang menggunakan data dari kuesioner, observasi, wawancara, dan riset domisili UMKM Cemilan Mas Endut’s supaya memudahkan untuk perancangan kemasannya yang dibuat sesuai *target audiencenya*. Solusi dari permasalahan pemilik UMKM Cemilan Mas Endut’s adalah membuat ulang visual serta memperhatikan bentuk dan bahan kemasan produknya yang menyesuaikan kondisi UMKM Cemilan Mas Endut’s dan juga tambahan lain seperti logo Cemilan Mas Endut’s, *Roll Banner, Menu* produk dari Cemilan Mas Endut’s, *Signage, Booth Display* dan stiker untuk UMKM Cemilan Mas Endut’s.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Produk Kudapan, UMKM, Kuliner.

PENDAHULUAN

Pola konsumsi masyarakat Indonesia sangat berubah sejak pandemi, perubahan yang fluktuatif saat pandemi memberikan sinyal kepada masyarakat untuk berubah gaya hidupnya. Menurut Buletin Konsumsi Pangan dari Kementerian Pertanian dan data dari SUSENAS, terdapat pengeluaran penduduk Indonesia per bulan untuk makanan dan non makanan selama tahun 2011-2020, menunjukkan perubahan fluktuasi, menurut persentase sebelumnya untuk pengeluaran makanan lebih besar ketimbang non makanan, pada tahun 2011 dan 2015-2020 kecuali 2017 untuk pengeluaran non makanan sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan makanan.

Seperti hasil dari riset Kementerian Pertanian mengamati pola konsumsi masyarakat Indonesia yang fluktuatif pada tahun 2020 memberikan gambaran bahwa masyarakat Indonesia memiliki minat untuk membeli makanan dan minuman jadi, walaupun secara angka pola konsumsi masyarakat Indonesia tidak terlalu berkembang pesat, sehingga perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia juga berubah karena pandemi pada tahun 2020, pola konsumsi masyarakat Indonesia fluktuatif diikuti dengan gaya hidup terutama masyarakat muda yang begitu fleksibel dan membutuhkan serba cepat untuk membelikan produk makanan dan minuman jadi, oleh karena itu gaya hidup masyarakat muda sangat bergantung pada kudapan yang diperjualbelikan dari UMKM disekitarnya.

Hasil tersebut memberikan penjelasan mengenai masyarakat muda yang gemar mengkonsumsi makanan kudapan, terutama makanan dan minuman kudapan yang sering dikonsumsi seperti makanan dan minuman jadi, roti manis dan roti lainnya, dan minuman es lainnya. Gaya hidup serta pola konsumsi masyarakat muda sangat berdampak bagi lingkungan karena semakin banyak produk yang dibeli maka semakin banyak pula menyumbang sampah kertas maupun sampah plastik ke tempat pembuangan akhir atau biasa disebut TPA.

Permasalahan umum rata-rata pemilik UMKM memiliki keterbatasan finansial, oleh karena itu para pelaku UMKM menyiasati produksi yang murah, karena produksi yang murah juga membuat kemasannya tidak bagus, tidak aman untuk makanan, dan tidak memikirkan dengan memproduksi cara yang murah dari segi kemasannya yang bisa berdampak bagi lingkungan. Karena permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM skala kecil untuk memproduksi secara murah agar lebih efisien, efektif, dan cepat dalam segi kemasannya, tentu cara ini juga menjadi solusi bagi para pelaku UMKM skala kecil dalam keterbatasan finansial, agar saat pembuatan kemasan bisa memangkas biaya untuk percetakan. Karena memproduksi secara murah, para pelaku UMKM mempunyai kecenderungan tidak memperhatikan bahan kemasannya secara aman untuk melindungi makanan kepada konsumennya dan tidak memperhatikan dampak lingkungan akibat kemasan yang diproduksi secara murah.

TINJAUAN TEORI

Komunikasi

Peran komunikasi penting bagi manusia untuk bisa menyampaikan isi pesan atau pembahasan yang ingin disampaikan antar manusia yang lainnya, oleh karena itu penulis menyertakan penulisan yang terdapat ditinjauan teoritis mengenai komunikasi agar bisa memberikan penyampaian yang baik dan tepat sesuai yang ingin disampaikan. Walau demikian komunikasi mempunyai batasan. Batasan “komunikasi” berasal dari bahasa latin, “*communis*”, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya “*communis*” adalah “*communico*” yang artinya berbagi.

Komunikasi juga berasal dari kata “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Berarti bahwa komunikasi dalam prosesnya melibatkan komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam Bahasa Inggris, “*communicate*”, berarti (1) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan dan informasi; (2) untuk membuat tahu; (3) untuk membuat sama; dan (4) untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpati. Sedangkan dalam kata benda (*noun*), “*communication*”, berarti: (1) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; (2) proses pertukaran di antara individu-individu melalui simbol-simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Vardiansyah, 2004:3, dalam Suherman, 2020:2).

Komunikasi Visual

Komunikasi visual sangat lekat bagi kehidupan manusia, hingga dulu komunikasi visual menjadi petanda untuk mengenal apa yang ingin diketahui atau diberitahu. Menurut Zelfia Hadawiah dalam bukunya yang bertajuk “Komunikasi Visual : Pengantar, Metodologi Desain Dan Budaya Visual” menuliskan bahwa:

“Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana informasi dan instruksi, bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi, dan skala, contohnya peta, diagram, simbol dan penunjuk arah” (Hadawiah, 2019:19).

Merek (*Branding*)

Menurut *The American Marketing Association*, merek merupakan identitas perusahaan maupun usaha kecil atau menengah dalam bentuk nama, istilah, tanda, simbol, desain maupun kombinasinya untuk memberikan identitas sendiri yang membedakan dengan identitas yang lainnya (Mayasari et al, 2020:6).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen atau dalam bahasa Inggris (*Consumers' Behavior*) merupakan studi yang mempelajari perilaku konsumen mengenai individu, kelompok, atau organisasi dalam proses konsumen memilih dan membeli produk, jasa, pengalaman, dan ide untuk memberikan hasil yang cukup kepada konsumen. Karena studi perilaku konsumen mempelajari hal-hal secara individu maupun kelompok (seperti, kelompok masyarakat yang mempengaruhi masyarakat yang lainnya untuk berpakaian secara kesepakatan bersama) atau (seperti, organisasi secara kolektif untuk menyadarkan kepada masyarakat pentingnya mengambil keputusan yang bijak dalam memilih produk), sehingga bagaimana seseorang bisa memberikan keputusan untuk membeli suatu produk.

Kemasan (*Packaging*)

Terdapat perbedaan definisi pada kata mengemas, kemasan, dan desain kemasan. Mengemas merupakan tindakan membungkus suatu barang atau sekelompok barang (Klimchuk, 2006:34, dalam Rahardjo, 2019:1). Menurut Julianti (2014:15, dalam Rahardjo, 2019:1) kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produksi. Sedangkan menurut Klimchuk dan Krasovec (2006:34, dalam Rahardjo, 2019:1), kemasan mengacu pada objek fisik itu sendiri. Kata “kemasan” mengimplikasikan hasil akhir proses

mengemas. Dapat disimpulkan menurut Sudjadi Tjipto Rahardjo dikutip dari bukunya “Desain Grafis Kemasan UMKM” bahwa:

“kemasan adalah wadah berupa hasil akhir proses mengemas untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk” (Rahardjo, 2019:1). Sedangkan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Klimchuk, 2006:33, dalam Rahardjo, 2019:1). Penjelasan tambahan dinyatakan oleh Noviadji (2014:13-14, dalam Rahardjo, 2019:1) yang memaparkan bahwa Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi dan bersih.

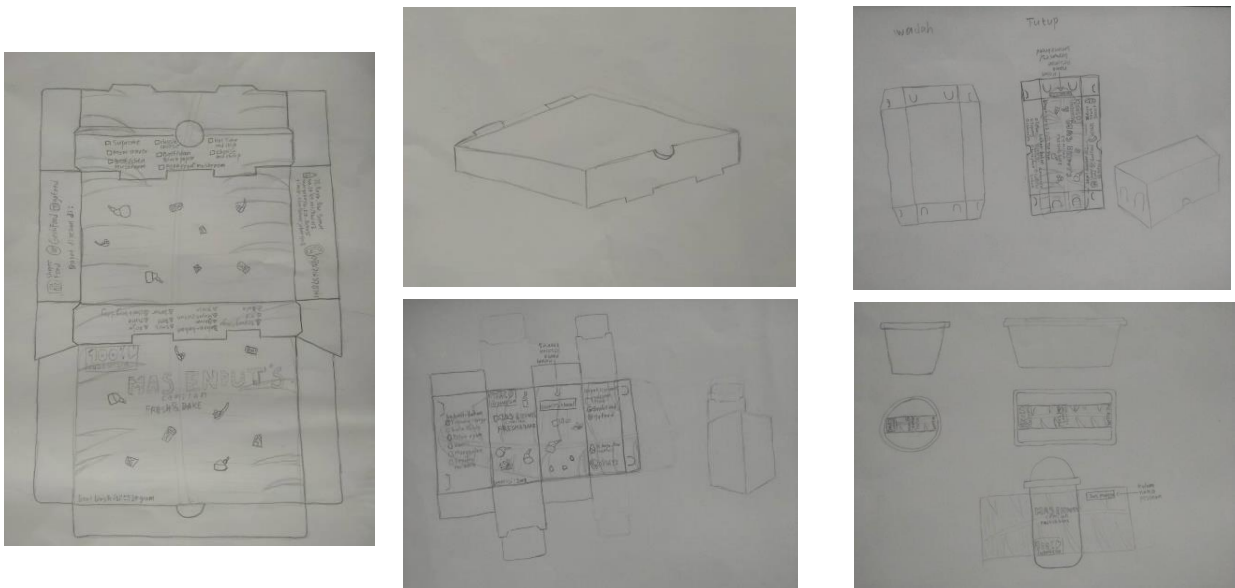
METODE

Penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu metode studi literatur, observasi, dan wawancara. Metode studi literatur dalam penulisan penelitian ini mendapat dukungan referensi jurnal, publikasi, e-book, buku dari perpustakaan nasional dan internet untuk mengakses jurnal ilmiah untuk menunjang karya penelitian penulisan ini, metode observasi mengunjungi tempat Cemilan Mas Endut’s yang berlokasi di Rawa Semut, Kota Bekasi untuk mengetahui produk-produk, menu produk, dan observasi lingkungan rumah Cemilan Mas Endut’s, metode wawancara Dalam penulisan penelitian ini mewawancarai klien dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai produk, kompetitor, dan target konsumen di domisili tempat Cemilan Mas Endut’s.

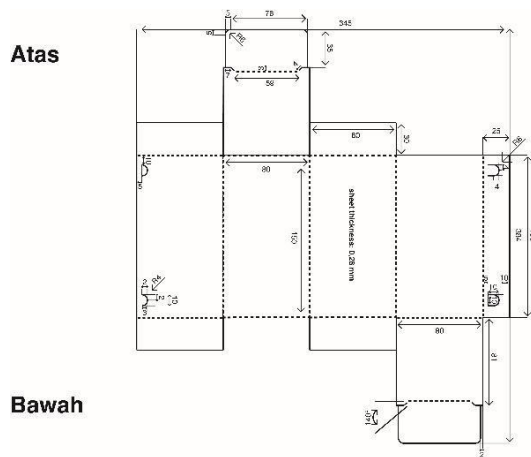
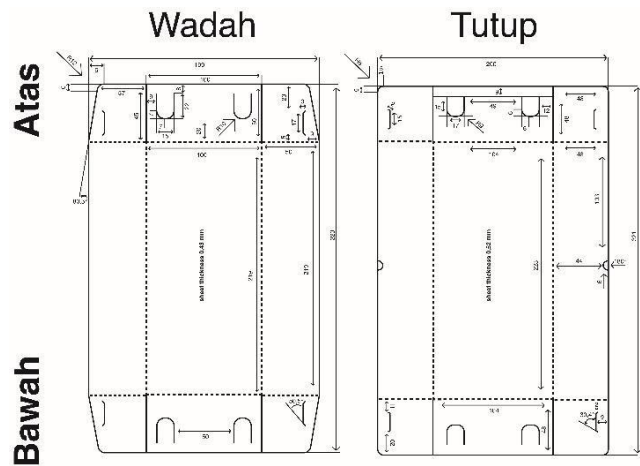
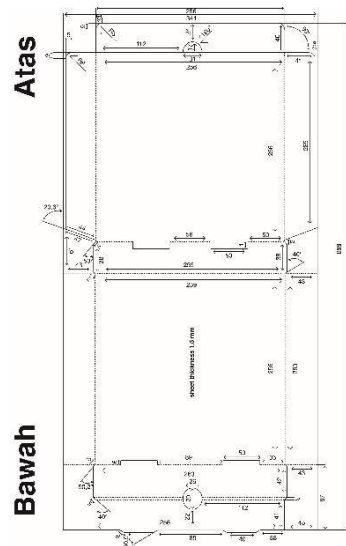
Tahap selanjutnya untuk membuat konsep perancangan kemasan, dibutuhkan data dan beberapa cara seperti kuesioner, kemasan produk sebelumnya, menggunakan metode *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)*, analisis khalayak sasaran, analisis komparasi dan tes market, *mind mapping*, *product profile board*, konsep visual meliputi *moodboard*, ilustrasi, tipografi, skema warna, dan *layout*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan kemasan untuk UMKM ini melewati beberapa tahap, yaitu tahap sketsa untuk menggambarkan kemasan seperti apa yang akan dibuat setelah sudah mendapatkan data, *moodboard*, *mind mapping*, dan konsep visual.



Tahap selanjutnya perhitungan ukuran secara manual atau bisa disebut perhitungan jaringan dan spesifikasi kemasan untuk produk kemasan sebelumnya.



Gelas plastik 16 oz PP oval 8 gram



Thinwall Round 300ml Kemasan Salad Buah



Tahap perhitungan ukuran manual untuk kemasan ini dilakukan agar bisa membuat kemasan dan sticker kemasan secara presisi dan tepat dari ukuran maupun *layout* desain kemasan.

Terakhir adalah tahap digitalisasi, perancangan kemasan UMKM yang sudah dibuat digitalisasi dari *layout*, skema warna, tipografi, dan simbol-simbol yang diperlukan ke dalam desain kemasan UMKM ini dan perancangan kemasan ini dibagi menjadi 6 produk.



KESIMPULAN

Dari semua rangkaian membuat Perancangan Ulang Visual Kemasan Produk UMKM Cemilan Mas Endut's, penulis belajar dari hal-hal mendasar yaitu riset ke lapangan untuk bisa menggunakan semua indra yang kita punya seperti observasi, wawancara dengan pemilik UMKM Cemilan Mas Endut's, membeli produk UMKM yang sejenisnya untuk komparasi kemasan dengan produk Cemilan Mas Endut's, membuat kuesioner agar tahu data yang didapat untuk merancang kemasan produk Cemilan Mas Endut's, survei melihat harga percetakan dan harga bahan untuk kemasan Cemilan Mas Endut's, membuat konsep sesuai data kuesioner dan permintaan dari klien yaitu pemilik UMKM Cemilan Mas Endut's, membuat alternatif desain dari sketsa sampai ketahap digitalisasi dan dibuat *mockup* kemasannya beserta media pendukung lainnya.

Penulis berharap konsep yang diusung bisa menyadarkan kepada pemilik UMKM maupun usaha yang berbadan hukum dan semua elemen masyarakat, bahwa kemasan produk harus dipersiapkan perancangannya hingga matang dari segi keamanan, ergonomis, harga bahan kemasan yang terjangkau, percetakan kemasan, dan jenis bahan kemasan yang dipergunakan untuk produk yang dijual sangat berpengaruh kepada produsen untuk membangun kepercayaan konsumennya, serta ikut andil dalam penggunaan jenis kemasan yang *food grade* untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Dyanasari, Harwiki Wiwiek, 2018, *Perilaku Konsumen*, Deepublish, Yogyakarta
- Hadawiah, Zelfia, 2019, *Komunikasi Visual Pengantar, Metodologi Desain dan Budaya Visual*, CV Kekata Group, Surakarta
- Julianti, Sri, 2017, *A Practical Guide To Flexible Packaging Material, Teknologi, Dan Aplikasi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Nugraheni, Mutiara, 2018, *Kemasan Pangan*. Cetakan ke-1, Plantaxia, Yogyakarta

E-book

- Mayasari Iin. et al. (2020). *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Jakarta: Universitas Paramadina
- Rahardjo, Tipto Sudjadi, 2019, *Desain Grafis Kemasan UMKM*, Deepublish, Yogyakarta
- Sucipta Nyoman I, Suriasih Ketut, Kencana Diah Ketut Pande. 2017, *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif, Dan Efisien*. Denpasar: Udayana University Press
- Suherman, Ansar, 2020, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, Deepublish, Yogyakarta
- Santhi, Dharma, 2016, *Plastik Sebagai Kemasan Makanan Dan Minuman*. Padang: PSPDFK UNUD
- Vardiansyah, Dani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Jurnal

- Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Sekretaris Jenderal Kementerian Pertanian 2021, *Buletin Konsumsi Pangan*, No. 5-6

Website Dalam Negeri

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/siapa-konsumen-terbesar-makanan-tinggi-di-indonesia> diakses pada hari selasa, 21 Februari 2023 Pada pukul 08.57 WIB
- <https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html> diakses pada hari selasa, 21 Februari 2023 Pada pukul 08.58 WIB
- Retrieved November 10, 2022, from <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/> diakses pada hari kamis, 10 November 2022 Pada pukul 20.34 WIB
- <https://dataindonesia.id/ragam/detail/indonesia-hasilkan-2188-juta-ton-sampah-pada-2021> diakses pada hari selasa, 21 Februari 2023 Pada pukul 09.01 WIB
- <https://waste4change.com/blog/kenali-bahaya-sampah-kertas-bagi-lingkungan/> diakses pada hari selasa, 21 Februari 2023 Pada pukul 09.02 WIB
- <https://www.alodokter.com/dampak-sampah-plastik-bagi-lingkungan-dan-kesehatan-manusia> diakses pada hari selasa, 21 Februari 2023 Pada pukul 09.03 WIB

Video

- (Ditjen IKMA Kemenperin RI, Juni 25, 2020)
- Ditjen IKMA Kemenperin, RI (2020, Juni 25). Jenis-jenis Kemasan [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=RbykOvuEGGM&list=LL&index=8&ab_channel=DitjenIKMAKemenperinRI