

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KERAJINAN TANGAN MANIK DAYAK SEBAGAI OLEH-OLEH DAERAH KABUPATEN BULUNGAN

Listia Febriani¹, Listia Natadjaja², Rika Febriani³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: febriani13@gmail.com

Abstrak

Kerajinan tangan manik Dayak merupakan sebuah warisan budaya yang hingga saat ini masih dilestarikan, yang mana memiliki keunikan pada bentuk dan detail produk sehingga dapat menjadi produk oleh-oleh bagi wisatawan. Namun, sebagai produk oleh-oleh kurang memiliki ciri khas daerah Kabupaten Bulungan karena penggunaan kemasan saat ini hanya berupa plastik dan *paper bag* yang tidak memiliki informasi merek maupun produk yang mengurangi daya tarik bagi konsumen untuk memilih dan membedakan produk di pasaran. Oleh sebab itu, kerajinan tangan manik Dayak ini memerlukan kemasan yang berciri khas daerah serta mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual lebih pada produk sebagai oleh-oleh khas daerah. Hal ini dapat diwujudkan dengan menonjolkan ciri khas daerah Kabupaten Bulungan melalui perancangan desain kemasan produk dan diharapkan melalui perancangan desain kemasan ini dapat menjadi media pengenalan daerah serta mampu menarik minat wisatawan untuk membeli produk sebagai salah satu wujud pelestarian warisan budaya.

Kata Kunci: desain kemasan, perancangan, kerajinan tangan manik Dayak, oleh-oleh

Abstract

Title : *Packaging Design for Dayak Bead Handicraft as Souvenirs from Bulungan Regency*

Dayak bead handicraft is a cultural heritage that has been preserved to this day, with unique characteristics in its shape and detail that makes it suitable as a souvenir for tourists. However, as a product, it still lacks Bulungan Regency's characteristic as a result of how the current packaging only consists of a plastic and paper bag with no brand or product information which makes it less appealing for the consumers to pick and choose from other products on the market. Because of this, Dayak bead handicraft needs a packaging that embodies the regency's characteristic, as well as able to increase the appeal and sale value of the product as a souvenir from Bulungan Regency. This can be achieved by highlighting the regional characteristics of Bulungan Regency through the product packaging design and it is intended that this packaging design can be an identification media for the region and attract tourists to buy products as one form of cultural heritage preservation.

Keywords: *packaging design, design, Dayak bead handicraft, souvenirs*

Pendahuluan

Kabupaten Bulungan yang terletak di Provinsi Kalimantan Utara memiliki beragam warisan budaya salah satunya adalah kerajinan tangan. Kerajinan tangan adalah menciptakan suatu produk atau barang yang dilakukan oleh tangan dan memiliki fungsi pakai atau keindahan sehingga memiliki nilai jual (Azqiara, 2019). Kerajinan tangan ini menghasilkan beberapa jenis aksesoris dalam busana tradisional Dayak seperti pakaian, gelang, kalung, tas, topi dan lain sebagainya, dimana menganyam manik-manik khas Dayak menjadi usaha untuk pelestarian seni

budaya yang sudah turun temurun dan menjadi sumber penghasilan bagi penduduk yang akan dijual kepada para wisatawan. Asal usul dari kerajinan tangan ini dahulu digunakan sebagai pakaian pada zaman dahulu saat orang-orang suku Dayak masih belum mengenal kain, sehingga menggunakan batu-batu kecil yang disambung menjadi sebuah pakaian. Seiring perkembangan zaman, masyarakat suku Dayak mengganti batu-batu tersebut menjadi manik-manik dan dibuat menjadi hiasan. Kerajinan tangan sangatlah luas, seperti merajut, menjahit, membuat keramik, memahat, *quilting*, dan lain-lain (Lawrence, 2018) dan salah

satunya yaitu kerajinan dari Kabupaten Bulungan, dimana memiliki nilai seni dan budaya yang hingga saat ini masih dilestarikan yaitu kerajinan tangan manik Dayak sehingga dapat dijual kepada pengunjung serta penduduk setempat.



Gambar 1. Gantungan kunci manik dayak



Gambar 2. Aksesoris kerajinan tangan manik dayak

Provinsi Kalimantan Utara dikenal sebagai provinsi termuda di Indonesia, yang merupakan bagian wilayah pemekaran dari Kalimantan Timur dengan harapan menjadi titik awal perkembangan dan pembangunan di daerah setempat (Jamil, 2013). Dalam meningkatkan perkembangan dan pembangunan menjadi persiapan bagi daerah untuk perlu memperhatikan berbagai hal, salah satunya mengenalkan dan menjaga warisan budaya sebagai wujud dalam mendukung bidang kepariwisataan daerah.



Sumber: <https://pesona.travel>

Gambar 3. Pusat oleh-oleh Dekranasda kabupaten Bulungan

Ibu Kota Tanjung Selor yang berada di Kabupaten Bulungan mempunyai Kantor dan showroom IKM (Industri Kecil Menengah) atau dikenal sebagai Dekranasda Kabupaten Bulungan yang menjual kerajinan tangan dan terletak di kompleks Pasar Induk lantai 1. Dekranasda ini memiliki kepanjangan dari Dewan Kerajinan Nasional Daerah yang dikelola oleh pemerintah daerah untuk membantu IKM yang ada di daerah Kabupaten Bulungan. Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan menjadi wadah bagi para pengrajin daerah untuk menjualkan produk hasil olahannya. Bukan sekedar

manik-manik saja, namun pengrajin telah mengolahnya menjadi kerajinan berbentuk tas, kalung, gelang dan berbagai aksesoris serta barang siap pakai lainnya. Kerajinan tangan ini dikenal oleh masyarakat sebagai produk khas suku Dayak yang dapat dikenali berdasarkan motif anyamannya. Motif dan model anyaman yang digunakan juga sangat beragam sehingga tingkat kesulitan pembuatannya memiliki perbedaan antara satu produk dengan yang lain. Beragam warna manik yang digunakan seperti merah, biru, kuning, hijau dan putih, masing-masing memiliki makna. Warna merah mengartikan semangat hidup, warna kuning berarti simbol dari keagungan yang menunjukkan keberadaan Tuhan, warna hijau berarti intisari alam semesta, warna biru berarti sumber kekuatan dari segala penjuru yang tidak mudah luntur, warna putih berarti lambang kesucian iman seseorang kepada Sang Pencipta (Martin, 2014). Bagi masyarakat suku Dayak, manik-manik ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari untuk menghias mulai dari baju khas daerah setempat dan aksesoris pelengkapannya, sehingga kerajinan tangan manik Dayak ini sangat bernilai sebagai salah satu simbol perekat bagi budaya Kalimantan yang dimanfaatkan sebagai perhiasan.

Pihak pengelola Pusat Oleh-oleh Dekranasda biasanya akan menghubungi para pengrajin tetap untuk menyuplai atau mengisi stok barang, namun tidak dibatasi pula bagi pengrajin baru yang ingin menjadi supplier di Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan. Dengan beragamnya hasil olahan dari para pengrajin, produk ini dipamerkan pada rak, meja dan tembok yang dikelompokkan sesuai dengan jenis produk. Beberapa produk diletakkan bertumpukkan dengan produk lainnya, adapun hanya digantungkan pada plafon toko. Ruang toko yang cukup luas memudahkan pembeli untuk melihat dan menjangkau beberapa produk yang display.



Gambar 4. Display produk tas manik dayak

Pusat Oleh-oleh Dekranasda menggunakan plastik untuk membungkus beberapa produk display, namun hanya digunakan pada produk tas anyaman manik berukuran besar. Selain itu, kemasan yang digunakan saat memberikan produk yang dibeli menggunakan plastik klip dan paper bag. Kemasan yang digunakan tidak memiliki informasi seperti nama toko Pusat Oleh-oleh Dekranasda, padahal kemasan yang dirancang sebagai wadah atau bungkus untuk sebuah produk dapat menjadi faktor penting sebagai alat pemasaran (Kotler & Keller,

2009) dan kemasan yang digunakan saat ini kurang menonjolkan ciri khas sebagai oleh-oleh daerah Kabupaten Bulungan. Proses pembelian produk pada Pusat Oleh-oleh ini dapat dilihat langsung oleh pembeli karena diletakkan pada rak, meja, dan tembok untuk produk yang digantungkan di ruang toko Pusat Oleh-oleh Dekranasda sehingga memudahkan pembeli untuk menjangkau dan memilih produk yang diinginkan.

Perancangan ini dikhususkan pada produk yang berukuran kecil seperti kalung, gelang, anting-anting, gantungan kunci, topi, dan dompet atau tas kecil dengan tujuan agar menjadi oleh-oleh yang mudah dibawa oleh pembeli. Selain itu desain kemasan ini akan dirancang memiliki beberapa informasi berkaitan dengan produk kerajinan tangan manik Dayak seperti mengenai budaya atau asal-usul produk tersebut sebagai usaha pelestarian budaya. Dan kemasan ini ditujukan untuk mendukung dalam penataan display toko serta memberikan media promosi untuk mendukung produk yang telah dikemas.

Dalam rangka perkembangan dan pembangunan daerah, hal ini menjadi kesempatan untuk mempersiapkan dan mengenalkan warisan budaya daerah yang dimiliki, salah satunya yaitu kerajinan tangan manik Dayak. Namun, manik Dayak ini kurang menonjolkan ciri khas sebagai oleh-oleh daerah Kabupaten Bulungan sehingga kurang dikenal, serta penggunaan kemasan saat ini hanya berupa plastik klip dan paper bag yang tidak memiliki informasi mengenai brand ataupun produk. Apabila dapat meningkatkan daya tarik produk ini maka dapat pula meningkatkan nilai jual produk sehingga akan membantu sumber penghasilan bagi para pengrajin daerah atau UKM serta menjadi upaya dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya. Dalam upaya ini diperlukan faktor pembeda pada produk dan brand untuk meningkatkan daya tarik bagi wisatawan yaitu dengan menonjolkan ciri khas sebagai oleh-oleh daerah melalui tampilan produk yaitu dengan menggunakan kemasan, dimana kemasan ini digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk & Sandra, 2006). Dengan adanya kemasan dapat memberikan informasi mengenai brand dan produk serta memberikan manfaat bagi konsumen untuk bisa membagikan pengalaman wisatanya kepada kerabat melalui produk dan kemasan oleh-oleh.

Oleh karena itu, melihat permasalahan yang diuraikan di atas diperlukannya perancangan desain kemasan untuk produk kerajinan tangan manik Dayak sehingga memiliki ciri khas yang mampu meningkatkan nilai jual sebagai oleh-oleh khas daerah Kabupaten Bulungan. Hal ini ditujukan agar desain kemasan memiliki daya tarik visual yang dapat bermanfaat untuk membagi informasi seperti menyertakan nama atau jenis produk, nama toko

yaitu Dekranasda Kabupaten Bulungan, dan berbagai informasi lainnya berkaitan tentang budaya daerah sehingga dapat menonjolkan ciri khas sebagai produk oleh-oleh daerah Kabupaten Bulungan dan dapat menambah nilai jual produk. Maka diharapkan pula produk ini dapat menarik minat wisatawan untuk membeli sebagai salah satu wujud pelestarian warisan budaya.

Dalam perancangan ini memperhatikan beberapa fungsi kemasan yaitu melindungi kualitas produk, membuat produk bertahan lama, sebagai sarana dalam komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen, membantu produk dapat diproduksi secara massal dan memicu minat beli konsumen. (Julianti, 2014, p. 15).

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data primer yang diperlukan dalam perancangan desain kemasan kerajinan tangan manik Dayak ini diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara. Sementara untuk data sekunder diperoleh melalui kejian pustaka dari sumber pustakan yang relevan serta mencari data pendukung melalui internet.

Metode Analisis Data

Berikut merupakan teknik analisis data dalam perancangan desain kemasan kerajinan tangan manik Dayak kabupaten Bulungan dengan menggunakan metode SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah menganalisis suatu kondisi internal dan eksternal organisasi yang menjadi dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi faktor *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Berikut penjelasan lengkap mengenai SWOT, antara lain (Rantelino, 2015):

Analisis Data

Analisa Produk

Kerajinan tangan Kabupaten Bulungan yang dibuat menggunakan manik-manik khas suku Dayak yang dirangkai dan desain menjadi beberapa aksesoris berukuran kecil seperti kalung, gelang, anting-anting, gantungan kunci, topi, dan dompet atau tas kecil.

Merk / Brand Name

Nama Toko: Dekranasda Kabupaten Bulungan

Bentuk Kepemilikan: Pemerintah Kabupaten Bulungan

Lokasi: Jl. Sengkawit Kompleks Pasar Induk It. 1

No Telepon: 0852 2498 2227
 Pengelola: Bapak Gofur

Spesifikasi Produk

Produk memiliki bahan dasar manik-manik berwarna-warni, manik batu yang memiliki ukiran, benang sebagai penyambung manik, dan beberapa aksesoris seperti imitasi taring hewan.

Aksesoris manik Dayak yang ada di Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan sangat beragam. Beberapa daftar harga dari aksesoris manik Dayak yang akan dikemas, antara lain:

- Kalung Manik Warna : Rp. 75.000
- Kalung Manik Batu : Rp. 200.000
- Gelang Manik Warna : Rp. 20.000
- Gelang Manik Batu : Rp. 50.000 – Rp. 75.000
- Anting-anting : Rp. 40.000
- Gantungan kunci : Rp. 15.000
- Topi : Rp. 175.000
- Tas Kecil/Dompet : Rp. 50.000

Diferensiasi

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, diferensiasi produk merupakan tindakan merancang perbedaan agar membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Hal ini dapat dibedakan melalui bentuk, fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki (dalam Sahetapy, 2013).

Kerajinan tangan manik Dayak yang ada di Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan merupakan produk yang dibuat oleh para pengrajin atau UKM. Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan ini telah dikenal oleh masyarakat dan memiliki banyak produk yang dihasilkan oleh beberapa pengrajin yang aktif. Kerajinan tangan yang dijual perlu memperhatikan kualitas produk sehingga produk tetap awet dan dapat dijadikan oleh-oleh untuk pengunjung. Dengan ukuran toko yang cukup luas, memudahkan para pengunjung Pusat Oleh-oleh Dekranasda untuk melihat dan mencoba produk sehingga dapat memilih produk yang diinginkan.

USP & Positioning

Menurut Dr Berta Berti Ratnawati, USP ini merupakan singkatan dari *Unique Selling Proposition* yang dapat dijabarkan yaitu, *unique* artinya membuat produk berbeda dengan produk lain. *Selling* adalah membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan dan *proposition* sebagai pernyataan proposal atau usulan untuk diterima. Dengan penjabaran tersebut dapat disimpulkan sebagai tawaran yang unik dan sesuai dengan harapan konsumen (Santosa, 2020).

Menurut Fandy Tjiptono, *positioning* adalah strategi untuk menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak target audiens sehingga membentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih superior

dibandingkan produk pesaing (dalam Mauliansyah, 2017).

Kerajinan tangan manik Dayak ini memiliki keunikan jenis anyaman dan berbagai motif yang ada pada manik-manik Dayak dan motif dari desain penataan manik-manik itu sendiri. Dengan ciri khas produk yang diolah dan digunakan oleh masyarakat suku Dayak yang merupakan mayoritas penduduk Kabupaten Bulungan sehingga cocok untuk dijadikan sebuah oleh-oleh yang dapat mewakili Kabupaten Bulungan. Kerajinan tangan ini dikenal masyarakat sebagai warisan budaya yang menjadi simbol pemersatu masyarakat suku Dayak dengan melihat bahan dan motif saja dapat mengetahui bahwa berasal dari Kalimantan. Hasil manik Dayak ini biasa digunakan sebagai pakaian adat saat diadakan perayaan atau upacara adat.

Analisis Konsumen

Target spesifik adalah wanita berusia 18 – 35 tahun dengan kelas sosial menengah keatas dan merupakan seorang *traveller* atau wisatawan lokal yang berkunjung ke Kabupaten Bulungan. Target berkeinginan untuk memperoleh suasana baru dan mempelajari budaya baru dari suatu daerah dengan cara berkunjung ke daerah tertentu yang dirasa memiliki keunikan baginya. Selain itu, target memiliki ketertarikan terhadap seni dan kerajinan tangan sehingga mau untuk membeli ataupun mengoleksi suatu yang unik berkaitan dengan craft dari daerah yang dikunjunginya sebagai oleh-oleh khas daerah tersebut.

Mayoritas target akan membeli oleh-oleh dan diberikan kepada orang terdekat seperti teman dan keluarga. Biasanya target akan membeli oleh-oleh yang spesial dan unik, dimana produk tersebut hanya dapat ditemukan di daerah atau kota itu, lalu produk akan dibagikannya saat kembali ke kota asal. Target memilih untuk membeli produk di pusat oleh-oleh karena pusat oleh-oleh identik dengan produk khas daerah tersebut dan memudahkan wisatawan dalam memilih produk yang khas dan unik.

Dalam memilih produk oleh-oleh biasanya target akan memperhatikan tampilan produk yaitu melalui kemasan dan harga produk yang sesuai *budget*. Kemudian akan mempertimbangkan keunikan produk, dimana produk menggambarkan daerah atau produk yang hanya dapat ditemukan di daerah tersebut serta mempertimbangkan pula produk yang memiliki nilai guna untuk diberikan.

Analisis Kompetitor

Berikut merupakan analisis data SWOT produk kerajinan tangan manik Dayak Pusat Oleh-oleh Dekranasda dan kompetitornya, yaitu :

Tabel 1. Analisis data SWOT produk kerajinan tangan manik dayak pusat oleh-oleh dekranasda dan kompetitornya.

	Manik Dayak Pusat Oleh-oleh Dekranasda	Manik Dayak Pengrajin Si Sulis
S	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dapat bertahan lama. • Menjual beragam produk manik Dayak yang telah diolah oleh para pengrajin • Menjadi Pusat Oleh-oleh yang dikenal oleh masyarakat. • Ukuran ruangan cukup luas. • Dikelola oleh Pemerintah daerah dengan hasil karya para pengrajin. • Memiliki papan nama pada toko. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dapat bertahan lama. • Memiliki beragam produk manik Dayak berupa produk jadi maupun bahan dasar kerajinan tangan, contohnya imitasi taring hewan, manik-manik, dan benang.
W	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan produk kurang memiliki daya tarik sebagai oleh-oleh khas daerah. • Produk yang dijual kurang trendi. • Kurangnya media promosi untuk mendukung penjualan. • <i>Display</i> toko kurang menarik minat pembeli. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan produk kurang memiliki daya tarik sebagai oleh-oleh. • Tidak memiliki identitas pada toko ataupun produk. • Toko miliki ruang yang sempit. • Tidak memiliki media promosi yang dapat mendukung penjualan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Kebiasaan wisatawan membeli oleh-oleh khas daerah sehingga akan berkunjung ke Pusat Oleh-oleh daerah. • Perkembangan zaman memudahkan media promosi salah satunya media sosial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenal produk dengan baik sehingga dapat menjelaskan jenis, manfaat, dan fungsi dari produk kepada wisatawan. • Dapat dipromosikan dengan <i>word of mouth</i> oleh pengunjung dan penduduk.
T	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Pusat Oleh-oleh Dekranasda yang bersebelahan dengan pedagang pasar baik itu buah maupun 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi tidak strategis karena terletak di pasar induk bagian tengah pasar yang berisikan pedagang suku

	sayuran sehingga kurangnya kenyamanan bagi pelanggan.	Dayak sehingga tidak mudah ditemukan dan diketahui pengunjung.
--	---	--

Pembahasan

Konsep Perancangan

Perancangan desain kemasan kerajinan tangan manik Dayak bertujuan untuk memberikan ciri khas produk sebagai oleh-oleh khas daerah Kabupaten Bulungan dan dapat menambah nilai jual produk. Dalam upaya memiliki ciri khas produk, kemasan ini menjadi media pengenalan bagi masyarakat dan wisatawan untuk mengetahui beragam warisan dan budaya Kabupaten Bulungan. Selain itu, kemasan ini berfungsi untuk mendukung *display* produk pada Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan sehingga dapat menarik minat wisatawan terhadap produk kerajinan tangan manik Dayak. Dengan kemasan ini pula bisa menjadi bagian media promosi produk dan Pusat Oleh-oleh Dekranasda.

Brand Positioning ini bertujuan memposisikan Dekranasda sebagai pusat oleh-oleh yang menyediakan produk kerajinan tangan manik Dayak yang khas. Dimana kata khas ini memiliki artian sebagai produk oleh-oleh yang hanya dapat diperoleh di daerah tersebut dan menggambarkan daerah Kabupaten Bulungan. *Positioning* ini menyesuaikan *insight* yaitu wisatawan seringkali memilih untuk mencari produk oleh-oleh yang melambangkan daerah yang dikunjunginya. Selain itu, memiliki *brand essence* yaitu ikonik yang ditujukan menjadi media pengenalan daerah yang dapat meningkatkan industri kreatif melalui karya pengrajin dengan hasil yang unik dan lebih terpercaya karena dikelola oleh pemerintah daerah.

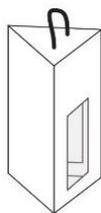
Brand Identity yang akan ditampilkan seragam pada setiap pengaplikasiannya dengan menggunakan *style flat design* pada desain kemasan dalam memberi kesan khas yang menonjolkan ciri khas daerah Kabupaten Bulungan dan penggunaan tipografi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan ilustrasi mengenai warisan budaya daerah serta pengaplikasian logo Pusat Oleh-oleh Dekranasda pada kemasan untuk menunjukkan bahwa kerajinan manik Dayak ini berasal dari Pusat Oleh-oleh Dekranasda.

Brand Image yang ingin disampaikan adalah kesan khas. Kesan khas pada merek ini didukung dengan tampilan ilustrasi Ikon daerah yang akan digunakan pada kemasan seperti desain motif batik Bultiya, bambu sebagai asal usul kata Bulungan, Lemlai Suri, burung Enggang, Sungai Kayan dan Tugu Cinta Damai.

Pola Bentuk Dasar Kemasan

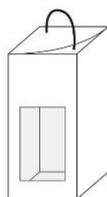
- Kemasan Primer

Untuk produk gantungan kunci dan gelang menggunakan kemasan *art paper* untuk kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk dengan berbentuk segitiga apabila telah dibentuk, dan pada dua sisi kemasan diberikan sedikit pola yang dilubangi untuk menunjukkan isi sebagai jendela kemasan. Bagian jendela kemasan akan ditutupi menggunakan kertas mika bening. Kemasan ini berisikan 3 pcs produk dan didesain terpisah dengan memberikan perforasi sehingga memudahkan konsumen membagi produk tersebut.



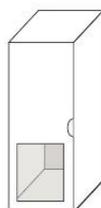
Gambar 5. Kemasan primer gantungan kunci dan gelang

Untuk produk anting-anting menggunakan kemasan *art paper* dan pada kemasan diberikan lubang atau jendela untuk menunjukkan isi. Lubang ini akan ditutup menggunakan kertas mika bening. Kemasan ini berisikan 2 pasang anting-anting, dimana kemasan dapat dipisah karena telah diberi perforasi yang memudahkan konsumen membagi produk tersebut menjadi 2 bagian.

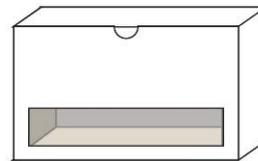


Gambar 6. Kemasan primer anting-anting

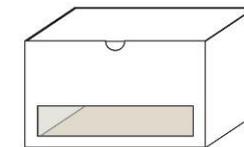
Untuk produk kalung, dompet, tas dan topi menggunakan kemasan dengan bahan *folding carton* yaitu *art carton* dengan bentuk persegi yang diberikan sedikit pola yang dilubangi sebagai jendela untuk menunjukkan isi produk yang akan ditutupi menggunakan kertas mika bening.



Gambar 7. Kemasan kalung



Gambar 8. Kemasan tas dan dompet



Gambar 9. Kemasan topi

- Kemasan Sekunder

Kemasan yang dibuat dalam bentuk *paper bag* yang dibuat dengan bahan *art paper*, dan berfungsi sebagai wadah saat konsumen membeli dan membawa produk dalam jumlah banyak. Desain pada *paper bag* berisikan logo dan elemen pendukung visual.

Bahan/Material Dasar Kemasan

Material yang digunakan pada kemasan primer adalah *bahan art carton 260 gsm* yang ditambahkan kertas mika bening. *Paper bag* sebagai kemasan sekunder menggunakan bahan *art paper 230 gsm*. Kemasan primer dan kemasan sekunder menggunakan jenis cetak *digital printing* sesuai ketersediaan yang ada di daerah Kabupaten Bulungan, sedangkan untuk pemesanan luar pulau memilih Surabaya dengan jenis cetak *offset*.

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan pada perancangan ini adalah *flat design* yang bergaya minimalis menggunakan beberapa perpaduan warna *solid* dengan memberikan perbedaan saturasi dan ilustrasi yang digunakan berupa dua dimensi serta berfokus pada desain yang fungsional saja. Ilustrasi yang ditampilkan pada kemasan ini berupa elemen motif Dayak atau motif batik Bultiya yang merupakan batik khas Bulungan dengan penggabungan 3 suku asli yaitu Bulungan, Tidung, dan Dayak, ikon Kabupaten Bulungan seperti bambu dan telur sebagai asal usul kata Bulungan pada cerita legenda Lemlai Suri, burung Enggang yang dianggap sosok sakral bagi masyarakat Kalimantan, Sungai Kayan sebagai sumber kehidupan bagi masyarakat pada zaman dulu. Memberikan informasi berkaitan tentang warisan dan budaya Kabupaten Bulungan.

Warna

Perancangan kemasan ini ingin menunjukkan kesan khas, menyenangkan dan informatif serta menyesuaikan target pada perempuan, maka kemasan ini menggunakan warna-warna yang melambangkan kekhasan daerah. Warna yang digunakan pada desain kemasan produk yaitu hitam dan kuning yang bertujuan untuk menonjolkan produk manik Dayak yang memiliki warna cerah sehingga saat diletakkan dalam kemasan, produk ini tetap menonjol dan mampu menarik perhatian konsumen. Penggunaan warna juga menyesuaikan warna elemen pada batik daerah yaitu batik Bultiya seperti warna kuning, jingga dan hitam. Selain itu ditambahkan unsur warna putih sebagai penetrasi dari warna kuning dan hitam.

	C : 76 M : 68 Y : 65 K : 85
	C : 3 M : 28 Y : 89 K : 0
	C : 3 M : 4 Y : 9 K : 0

Gambar 10. Color palette

Merk/Logo/Brand Name

Nama merek yang diangkat dalam perancangan ini adalah Pusat Oleh-oleh Dekranasda Kabupaten Bulungan. Logo dan nama Pusat Oleh-oleh Dekranasda yang digunakan pada toko tetap, yang merupakan kepemilikan pemerintah daerah yang telah dikenal sebagai Pusat Oleh-oleh dan *showroom* bagi IKM (Industri Kecil Menengah) yang berada di Kabupaten Bulungan.

Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan adalah motif Dayak, motif batik Bultiya, ikon Kabupaten Bulungan seperti bambu dan telur, Lemlai Suri, burung Enggang, Sungai Kayan.

Motif batik Bultiya ini memiliki nilai motif yaitu gabungan dari 3 suku asli yaitu Bulungan, Tidung, dan Dayak sehingga menjadi ciri khas utama yang ada di Kabupaten Bulungan. Dengan mayoritas penduduk bersuku Dayak, Kalimantan Utara memiliki motif batik Dayak yang khas sehingga dapat menjadi elemen pendukung dari desain visual kemasan.



Sumber : <https://www.iwarebatik.org/>

Gambar 11. Motif batik Bultiya

Selain itu ilustrasi pada kemasan menggunakan ikon Kabupaten Bulungan seperti tugu Cinta Damai,

bambu dan telur, Lemlai Suri, dan sungai Kayan yang di kisah pada legenda Bulungan. Hal ini bertujuan untuk membagi informasi mengenai asal usul kata Bulungan kepada wisatawan.

Di Kabupaten Bulungan terkenal dengan tugu yang bernama Tugu Cinta Damai, dimana mempunyai maskot patung burung Enggang dan terletak di pesisir sungai Kayan. Tugu Cinta Damai ini menjadi salah satu pusat keramaian masyarakat dan penduduk untuk beraktivitas. Burung Enggang sendiri telah dipercayai dan dianggap sebagai penjelmaan dari panglima burung yang merupakan sosok berwujud gaib dan tinggal di gunung pedalaman Kalimantan yang akan hadir saat perang.

Typeface

Penggunaan tipografi yang akan digunakan pada perancangan desain kemasan ini menggunakan huruf *sans serif*, dan *script*. *Script* ditujukan pada beberapa *headline* wawasan budaya pada kemasan. Dan penggunaan *sans serif* digunakan pada bagian *body copy* atau penjelasan singkat wawasan budaya.

Housttely Signature

Gambar 12. Typeface housttely signature

Century Gothic

Gambar 13. Typeface century gothic

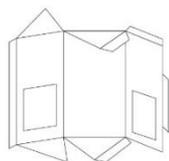
Komposisi

Ilustrasi pada kemasan adalah menonjolkan kekhasan Kabupaten Bulungan melalui beberapa ikon daerah seperti Tugu Cinta Damai, Lemlai Suri, bambu, burung Enggang, dan motif batik Bultiya. Untuk penataan elemen-elemen baik logo, ilustrasi, tipografi, keterangan, dan elemen lainnya menyesuaikan urutan perhatian (*sequence*) dikenal dengan istilah hierarki/flow/aliran. Kemasan ini memfokuskan desain kemasan pada ciri khas daerah baik melalui ilustrasi maupun informasi berupa wawasan daerah Kabupaten Bulungan sehingga perlu memperhatikan keseimbangan desain visual agar tujuan dapat tercapai.

Sistem Buka Tutup

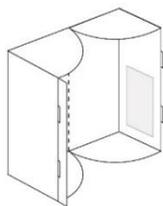
- Kemasan Primer

Kemasan primer produk gantungan kunci dan gelang dibuat dengan bagian depan yang diberi jendela dan ditutupi oleh kertas mika bening untuk memudahkan perbedaan barang. Untuk membuka kemasan dapat dibuka melalui sisi kiri kemasan dan dapat ditutup kembali pada sisi kiri tersebut. Kemasan berisikan 3 pcs produk yang kemudian dapat dipisah menjadi 3 bagian.



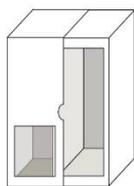
Gambar 14. Sistem buka tutup kemasan gantungan kunci dan gelang

Kemasan primer produk anting-anting diberikan jendela pada sisi kiri dan kanan yang ditutupi dengan kertas mika bening untuk memudahkan perbedaan barang sehingga produk dapat terlihat dari luar kemasan. Kemasan dapat dibuka melalui sisi kiri kemasan yang kemudian dapat ditutup kembali pada sisi kiri tempat membuka kemasan. Kemasan berisi 2 pasang produk ini dapat dipisah menjadi 2 bagian sehingga dalam 1 bagian terdiri dari 1 pasang anting-anting.



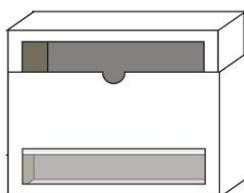
Gambar 15. Sistem buka tutup kemasan anting-anting

Untuk produk kalung dibuka dengan cara ditarik pada bagian kiri kemasan dan untuk menutup hanya perlu masukkan kotak dalam dengan didorong kekanan. Kemasan ini juga memudahkan display produk yang diletakkan di meja.

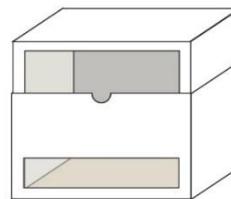


Gambar 16. Sistem buka tutup kemasan kalung

Untuk membuka kemasan produk topi dan tas kecil/dompot dapat ditarik ke arah atas dan kemasan ini memudahkan display produk yang diletakkan di meja.



Gambar 17. Sistem buka tutup kemasan tas kecil/dompot



Gambar 18. Sistem buka tutup kemasan topi

Proses Desain

Penjaringan Ide Bentuk

Ide awal adalah membuat kemasan primer yang memiliki ciri khas dari kabupaten Bulungan pada produk kerajinan tangan manik Dayak dan mendesain kemasan yang dapat *dishare* menjadi 2 hingga 3 pcs produk sehingga memudahkan konsumen untuk membagikan produk kepada kerabatnya sebagai oleh-oleh. Dengan keberagaman produk kerajinan tangan manik Dayak yang ada sehingga kemasan dibuat lebih bervariasi dengan membedakan ilustrasi yang ada pada tiap kemasan. Ilustrasi yang digunakan pada desain kemasan merupakan ilustrasi dari warisan dan budaya kabupaten Bulungan. Dalam mewujudkan perancangan ini diperlukan beberapa ikon penting dari Kabupaten Bulungan yang dapat menjadi wawasan baru bagi wisatawan mengenai warisan dan budaya kabupaten Bulungan saat membeli produk oleh-oleh manik Dayak ini.

Untuk perancangan ini, bahan yang digunakan pada kemasan adalah kertas *art carton*, *art paper*, dan kertas mika bening. *Art carton* digunakan pada kemasan primer yang bersentuhan langsung dengan produk manik Dayak dengan dipadukan kertas mika bening sebagai penutup pola jendela pada kemasan sehingga dapat dengan mudah memperlihatkan produk dari luar kemasan. Bahan *art paper* digunakan pada kemasan sekunder yaitu penggunaan *paper bag* yang berfungsi sebagai wadah saat konsumen membeli dan membawa produk dalam jumlah banyak.

Final Desain Kemasan

Dalam perancangan ini merancang beberapa jenis desain kemasan sesuai dengan kategori produk kerajinan tangan manik Dayak. Pada kemasan gantungan kunci dan gelang berbentuk prisma segitiga dengan menggunakan visual yang sama yaitu ilustrasi Tugu Cinta Damai yang mencerminkan perdamaian tiga suku yang berada di Kabupaten Bulungan yaitu Bulungan, Tidung, dan Dayak. Namun, kemasan ini memiliki perbedaan pada penggunaan warna dengan pertimbangan agar tetap menonjolkan produk manik Dayak saat berada

di dalam kemasan. Kemasan ini didesain untuk dapat dibagi menjadi 3 bagian sehingga memudahkan konsumen untuk membagikan oleh-oleh kepada kerabat.



Gambar 19. Kemasan gantungan kunci



Gambar 20. Kemasan gelang

Pada kemasan anting-anting ini menggunakan ilustrasi Bambu yang melambangkan arti kata Bulungan yang berasal dari kata Bulu Tengen yang berarti “bambu betulan”. Kemasan ini didesain untuk dapat dibagi menjadi 2 bagian sehingga memudahkan konsumen untuk membagikan oleh-oleh kepada kerabat.



Gambar 21. Kemasan anting-anting

Pada kemasan kalung ini menggunakan ilustrasi Sungai yang melambangkan Sungai Kayan yang sangat dikenal oleh masyarakat Bulungan dan menjadi kebutuhan masyarakat salah satunya sebagai jalur transportasi.



Gambar 22. Kemasan kalung

Pada kemasan yang berisikan dompet ataupun tas berukuran kecil ini menggunakan ilustrasi Tugu Putri Lemlai Suri yang merupakan monumen pengingat cikal bakal dari Kesultanan Bulungan.



Gambar 23. Kemasan tas kecil/dompot

Pada kemasan yang berisikan topi penari ini menggunakan ilustrasi burung Enggang, yang mana burung Enggang ini dianggap sebagai sosok sakral bagi masyarakat suku Dayak.



Gambar 24. Kemasan topi

Pada kemasan *paper bag* ini sebagai kemasan sekunder untuk meletakkan produk-produk yang akan dibeli oleh konsumen. Dengan penggunaan ilustrasi Batik Bultiya yang melambangkan keunikan Kabupaten Bulungan melalui perpaduan tiga motif yaitu Bulungan, Tidung, dan Dayak.



Gambar 25. Kemasan paper bag

Media Pendukung yang Digunakan

Beberapa media yang dirancang sebagai media pendukung untuk mempromosikan produk kerajinan tangan manik Dayak yang tersedia di Pusat Oleh-oleh Dekranasda yaitu berupa media sosial Instagram, *Post Card*, Brosur, dan X-Banner.



Gambar 26. Media sosial instagram



Gambar 27. Post card



Gambar 28. Brosur



Gambar 29. X-banner

Penutup

Kesimpulan

Pada mulanya kemasan dibuat untuk melindungi produk agar tidak mudah rusak serta memberikan informasi kepada konsumen. Akan tetapi pada era persaingan ini, kemasan diharapkan dapat membuat suatu produk memiliki nilai jual lebih, tidak hanya sekedar produk yang unik saja melainkan membutuhkan visual pendukung yang memiliki daya tarik bagi konsumen terhadap produk tersebut. Disisi lain, produk oleh-oleh sangatlah diminati oleh para wisatawan untuk memberikan buah tangan kepada kerabat sehingga produk oleh-oleh perlu mempunyai daya tarik sebagai produk yang memiliki nilai khas dari suatu daerah, salah satunya dengan menonjolkan ciri khas melalui kemasan produk oleh-oleh tersebut.

Dengan keragaman produk kerajinan tangan manik Dayak yang tersedia, maka dalam perancangan ini menghasilkan beberapa variasi desain kemasan sesuai dengan kategori produk. Desain kemasan yang dirancang ditujukan untuk produk gantungan kunci, gelang, anting-anting, kalung, dompet/tas berukuran kecil dan produk topi. Dengan banyaknya variasi produk, maka setiap kemasan juga memberikan visual yang berbeda-beda dan wawasan yang berbeda pula antara satu kemasan dengan kemasan lainnya. Ilustrasi yang digunakan memiliki nilai-nilai khas dari Kabupaten Bulungan seperti ikon-ikon sebagai warisan dan budaya daerah yang perlu untuk dibagikan kepada wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Bulungan. Melalui perancangan ini, diharapkan kemasan ini menjadi suatu media pengenalan dari daerah Kabupaten Bulungan yang bisa didapatkan saat membeli dan membagikan oleh-oleh.

Saran

Dalam perancangan ini perlu melakukan riset yang mendalam sehingga dapat menjawab permasalahan sebelumnya dan dapat memenuhi tujuan dari perancangan. Pemilihan material bahan kemasan perlu dipertimbangkan dengan menyesuaikan ketersediaan bahan dan kondisi percetakan yang ada pada lokasi perancangan sehingga mampu merealisasikan desain kemasan yang dirancang. Selain itu, penggunaan warna dan bentuk juga perlu diperhatikan agar mampu menghasilkan kemasan yang dapat menonjolkan produk oleh-oleh sehingga memiliki kesan khas dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

Dalam merancang sebuah kemasan tidak hanya sekedar tampilan dan visual yang menarik melainkan berusaha membuat kemasan memiliki nilai guna bagi konsumen serta kemasan yang mempermudah bagi konsumen. Dengan memiliki nilai guna, konsumen akan mendapatkan kenyamanan baik melalui produk maupun kemasan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen dalam memilih produk.

Selain itu media promosi yang digunakan perlu mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang menyesuaikan kebutuhan dari masyarakat. Hal yang terpenting adalah media yang digunakan harus efektif agar pesan yang ingin disampaikan oleh produk dapat diterima dan dimengerti oleh konsumen.

Daftar Referensi

Azqiara, A. (2019, August 6). *Pengertian kerajinan, jenis kerajinan serta contohnya*. Retrieved from <https://www.idpengertian.com/pengertian-kerajinan/>

Jamil, A. I. (2013, April 22). *Kalimantan Utara resmi jadi provinsi*. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/13/04/22/mlnyam-kalimantan-utara-resmi-jadi-provinsi>

Julianti, S. (2014). *The art of packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Klimchuk, M., & Sandra, K. (2006). *Desain kemasan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran. Jilid I* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.

Lawrence, G. (2018, December 6). *Manfaat dari kerajinan tangan*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/gracielle/5c0941956ddcae32ff334e43/manfaat-dari-kerajinan-tangan>

Martin, R. (2014, December 24). *Rahasia warna manik-manik Dayak*. Retrieved March 12, 2020, from <https://travel.kompas.com/read/2014/12/24/201600527/%20Rahasia.Warna.Manik-Manik.Dayak>

Rantelino, H. (2015, Februari 20). *Analisis SWOT, analisis jitu bagi para pelaku bisnis*. Retrieved from https://www.kompasiana.com/heriyanto_rantelino/54f346e17455137e2b6c6f20/analisis-swot-analisis-jitu-bagi-para-pelaku-bisnis

Santosa, H. C. (2020). *Di tengah membanjiri kesamaan produk, bisnis mesti memiliki unique selling proposition*. Semarang: Idola 92.6fm.