

# PERANCANGAN DESAIN KEMASAN GULA AREN TRADISIONAL PRODUKSI DESA MARGOLELO ROWOSENENG

Lilian Angeline Soesanto<sup>1</sup>, Bing Bedjo Tanudjaja<sup>2</sup>, Baskoro Suryo B.<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121–131, Surabaya  
Email: lilian.angeline@yahoo.com

## Abstrak

Pada jaman sekarang ini masyarakat Indonesia mulai memperhatikan kesehatan. Oleh sebab itu, masyarakat Indonesia mulai tertarik pada hal-hal yang lebih natural sehingga lebih menjaga kesehatan mereka. Pada umumnya, manusia setiap harinya mengkonsumsi gula, sehingga masyarakat sekarang mulai mengganti gula mereka dengan gula yang lebih sehat yaitu gula aren. Gula aren mulai dilirik dan semakin meroket seiring dengan kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi segala bahan makanan sehat. Salah satu produksi gula aren yaitu gula aren milik Pak Dwi yang terdapat di Desa Margolelo Rowoseneng. Sayangnya, Pak Dwi belum memiliki kemasan yang baik dan menarik bila produknya dijual di supermarket. Metode yang akan digunakan yaitu dengan cara observasi, kajian pustaka dan dokumentasi data, selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode view dan USP (*Unit Selling Proposition*). Melalui perancangan ini, ingin meningkatkan *brand image* produk gula aren Pak Dwi.

**Kata kunci :**Perancangan . Kemasan , Gula Aren Dwi, Desa Margolelo Rowoseneng.

## Abstract

**Title:** *Designing Packaging For Traditional Palm Sugar Production By Village Margolelo Rowoseneng*

In today's era, Indonesian society began to pay attention to health. Therefore, Indonesian society began to be interested in things that are more natural and more care of their health. In general, peoples consume sugar every day, so people are starting to replace their sugar with a healthier sugar specifically sugar palm. Palm sugar starts to peep and getting boomed along with the needs of society to consume all healthy food stuffs. One of the production of palm sugar is owned by Mr. Dwi, located in Margolelo Rowoseneng Village. Unfortunately, Mr. Dwi doesn't have a good packaging and eye catching packaging if the products are sold in supermarkets. The method for this packaging design are observation, literature review, and documentation. Then, all of the results will be analyzed by the methods of view and USP (*Unit Selling Proposition*). Through this designing projet, hopefully would like to improve the brand image of Mr. Dwi's palm sugar products.

**Keywords:** Design. Packaging, Dwi Palm Sugar, Rowoseneng Margolelo Village.

## Pendahuluan

Aren atau enau (*Arrenga pinnata Merr*) adalah salah satu keluarga palma yang memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi dan dapat tumbuh subur di wilayah tropis seperti Indonesia. Tanaman aren bisa tumbuh pada segala macam kondisi tanah, baik tanah berlempung, berkapur maupun berpasir. Namun pohon aren tidak tahan pada tanah yang kadar asamnya terlalu tinggi. Di Indonesia, tanaman aren dapat tumbuh dan memproduksi secara optimal pada tanah yang memiliki ketinggian di atas 1.200 meter di atas permukaan laut dengan suhu udara rata-rata 250

*celcius*. Di luar itu, pohon aren masih dapat tumbuh namun kurang optimal dalam berproduksi.

Pohon aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolang-kaling yang digemari oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperoleh ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sagunya, sedangkan pada usia tua dapat dipakai sebagai bahan furnitur. Namun dari semua produk aren, nira aren yang berasal dari lengan

bunga jantan sebagai bahan untuk produksi gula aren adalah yang paling besar nilai ekonomisnya.

Pohon aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolongkaling yang digemari oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperoleh ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sagunya, sedangkan pada usia tua dapat dipakai sebagai bahan furnitur. Namun dari semua produk aren, nira aren yang berasal dari lengan bunga jantan sebagai bahan untuk produksi gula aren adalah yang paling besar nilai ekonomisnya.

Salah satu keunggulan gula aren adalah proses larutnya ke dalam cairan tubuh berlangsung dalam tempo yang lama. Karena itu, gula aren mampu memberikan energi dalam rentang waktu yang lebih panjang. Selain itu, *Riboflavin* yang di kandunginya melancarkan metabolisme dan memperbaiki sel sehingga membuat stamina tetap prima. Dengan mengonsumsi gula aren diseduh seperti halnya hidangan kopi setiap pagi hari dan sore hari, bisa membantu tubuh untuk tetap fit dan prima, dan yang terpenting tidak ada efek samping. Namun banyak orang yang belum mengetahui hal tersebut.

Pada jaman sekarang ini masyarakat Indonesia mulai memperhatikan kesehatan. Oleh sebab itu, masyarakat Indonesia mulai tertarik pada hal-hal yang lebih natural sehingga lebih menjaga kesehatan mereka. Pada umumnya, manusia setiap harinya mengonsumsi gula, sehingga masyarakat sekarang mulai mengganti gula mereka dengan gula yang lebih sehat yaitu gula aren. Gula aren mulai dilirik dan semakin meroket seiring dengan kebutuhan masyarakat untuk mengonsumsi segala bahan makanan sehat. Gula aren dapat diaplikasikan ke berbagai macam makanan dan minuman mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern sekarang mulai menggunakan gula aren sebagai pemanis dan bahan pelengkap. Misalnya saja kopi gula aren. Kopi gula aren memiliki cita rasa kopi khas Indonesia dengan sensasi kopi robusta yang dipadu dengan gula aren Kristal kelas premium. Karena gulanya terbuat dari air nira, sehingga tercipta rasa khas gula aren dalam setiap sajiannya.

Sering kali masyarakat kurang menyadari apakah pemanis yang ada dalam bahan konsumsi itu aman bagi kesehatan atau tidak. Padahal, tidak sedikit dari makanan atau minuman tersebut menggunakan pemanis buatan yang notabene membahayakan kesehatan. Demi menghindari efek negatif dari pemanis buatan, seharusnya masyarakat kembali ke alam alias mengonsumsi makanan dan minuman yang

dibuat dari gula asli. Salah satu jenis pemanis natural itu ialah gula dari pati-patian. (*“Kenapa Gula Aren Lebih Sehat Dari Gula Pasir”*, paragraf 2-3)

Salah satu produsen gula aren yaitu di Desa Margolelo Rowoseneng. Beberapa produk yang dihasilkan adalah gula aren dan gula aren jahe. Pak Dwi selaku pemilik usaha gula aren ini telah memulai usahanya sejak dua belas tahun yang lalu hingga saat ini, dengan lima orang pegawai yang merupakan keluarganya sendiri. Pak Dwi sendiri hanya memasarkan produknya di pasar-pasar tradisional, warung – warung, serta beberapa *minimarket*. Permintaan pasar hingga mencapai kota Temanggung, Magelang dan Solo. Omset yang diperoleh tiap hari sekitar 100 kilogram. Bahan untuk pembuatan gula aren diperolehnya dari tanaman sendiri. Produk gula aren ini belum memiliki cap dagang atau *merk*, hanya dikemas dengan menggunakan plastik dan mika. Untuk kemasan cair hanya memakai botol plastik, dan untuk kemasan bubuk hanya dibungkus plastik saja.

Omset yang diperoleh tiap hari sekitar 100 kilogram. Bahan untuk pembuatan gula aren diperolehnya dari tanaman sendiri. Produk gula aren ini belum memiliki cap dagang atau *merk*, hanya dikemas dengan menggunakan plastik dan mika. Untuk kemasan cair hanya memakai botol plastik, dan untuk kemasan bubuk hanya dibungkus plastik saja.

Dengan memiliki *merk*, sebuah produk akan memiliki nama, karena *merk* merupakan tanda pengenal yang digunakan untuk membedakan satu produk dengan produk yang lainnya. Konsumen akan lebih mudah untuk memilih produk bila ada tanda pengenal yang jelas dari produk itu. Selain merk, kemasan merupakan bagian yang penting bagi tampilan suatu produk. Kemasan merupakan seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri, dan label (Cenadi 92).

Dahulu kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung dari produk, namun sekarang lebih dari itu. Hermawan Kartajaya, seorang pakar dibidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dulu orang bilang “Packaging protect what it sells (kemasan melindungi apa yang dijual).” Sekarang, “Packaging sells what it protects (Kemasan menjual apa yang dilindungi)” (Kertajaya 263). Dengan adanya kemasan, diharapkan akan lebih menarik dan mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang akan dipilihnya. Karena sebuah kemasan yang baik akan membawa citra tertentu pada suatu produk. Terlebih untuk sebuah produk baru, dengan kemasan yang unik dan berbeda produk terlihat *stand out*.

Bila tidak terkesan berbeda dengan produk lain, maka produk baru itu akan “tenggelam”.

Daya tarik visual dari kemasan mencakup warna, merek, ilustrasi, teks, serta tata letak atau layout. Bagian-bagian yang berpengaruh itu dikombinasikan agar tercipta suatu desain yang menarik. Dengan daya tarik visual yang mendukung, maka akan mendukung pula konsumen untuk membeli suatu produk. Padahal terkadang, tidak ada alasan bagi mereka untuk membeli suatu produk, namun konsumen bisa jadi membeli hanya demi kemasannya. Tetapi sering terjadi konsumen membeli suatu produk yang tidak lebih baik dari produk lainnya walaupun mungkin harganya lebih mahal. Sehingga secara tidak sadar konsumen terpengaruh untuk membeli dikarenakan penampilan kemasan yang menarik.

Daya tarik visual dari kemasan mencakup warna, merek, ilustrasi, teks, serta tata letak atau layout. Bagian-bagian yang berpengaruh itu dikombinasikan agar tercipta suatu desain yang menarik. Dengan daya tarik visual yang mendukung, maka akan mendukung pula konsumen untuk membeli suatu produk. Padahal terkadang, tidak ada alasan bagi mereka untuk membeli suatu produk, namun konsumen bisa jadi membeli hanya demi kemasannya. Tetapi sering terjadi konsumen membeli suatu produk yang tidak lebih baik dari produk lainnya walaupun mungkin harganya lebih mahal. Sehingga secara tidak sadar konsumen terpengaruh untuk membeli dikarenakan penampilan kemasan yang menarik.

Dalam sebuah kemasan, terdapat elemen-elemen visual yang membanggunya. Keseluruhan elemen visual haruslah terlihat selaras satu sama lain sehingga sebuah kemasan menjadi enak untuk dilihat. Tampil menarik merupakan syarat utama agar kemasan mampu bersaing dengan kemasan produk yang lainnya.

Gula Aren produksi Pak Dwi ini memiliki kesempatan untuk meningkatkan *target market* dan *brand awareness*, yakni dengan cara memberi *merk* dan kemasan yang menarik untuk produk gula aren. Dengan kemasan yang menarik maka produk ini siap untuk bersaing dengan produk sejenis yang telah ada di pasaran. Dengan memasarkannya di supermarket, maka akan tercapai memperluas *target market* dan meningkatkan *brand awareness*.

Pak Dwi mendapatkkan kendala bahwa produk gula aren ini kemasannya kurang menarik untuk dibeli konsumen jika dijual di supermarket dan tidak ada brand sehingga Pak Dwi merasa perlu untuk membuat

desain kemasan dan brand untuk menarik minat para konsumen agar membeli produk gula aren tersebut.

## Metode Penelitian

### Data Primer

Data Primer diperoleh dari sumber pertama, biasanya disebut responden atau orang yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini, responden adalah produsen serta warga sekitar Temanggung.

Dalam Desain Kemasan Gula Aren Produksi Margolelo Rowoseneng, data primer yang dibuktikan antara lain:

1. Data tentang masyarakat yang menjadi target market.
2. Data mengenai produk, mulai dari sejarah berdiri, produksi, pemasarannya, proses pengemasan, serta permasalahannya.

Data primer itu sendiri diperoleh dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan masyarakat serta produsen yang memproduksi gula aren.

### Data Sekunder

#### 1. Penelitian Pustaka

Mengambil dari buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet yang memuat topik yang sesuai dengan kepentingan perancangan karya desain sebagai landasan teori. Sumber – sumber tersebut antara lain jurnal ilmiah dengan topic desain kemasan dan buku yang membahas mengenai system pemasaran dan juga pengemasan.

#### 2. Dokumentasi Data

Mengumpulkan data dengan menggunakan referensi gambar yang diambil melalui kamera yang kemudian dijadikan acuan dalam mendesain. Gambar – gambar yang diambil antara lain proses produksi, bahan baku yang digunakan, proses pengemasan, serta tempat produksi.

## Metode Pengumpulan Data

Metodologi yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah wawancara (*interview*) yang dilakukan kepada produsen, observasi (*observation*) yang dilakukan di tempat produksi untuk meneliti bagaimana proses dari pembuatan serta di supermarket untuk melihat para competitor, dan dokumentasi (*documentation*) dilakukan di tempat produksi serta di supermarket dengan menggunakan kamera LSR.

## Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data digunakan media kertas dan bolpoin atau pensil untuk mencatat hasil

wawancara. Selain itu juga digunakan kamera sebagai pendukung untuk merekam dan mengambil gambar.

## Metode Analisis Data

### Metode View

Dengan mengumpulkan data tentang daya tarik visual (visibility), informasi produk (information), daya tarik untuk membeli (emotional appeal), kemudahan dalam pembuatan, penyimpanan (workability). Sehingga dapat dilakukan evaluasi faktor-faktor apa saja yang berperan dalam penyelesaian masalah kemasan yang ada secara efisien dan efektif.

Dengan mengetahui data-data secara jelas, diharapkan proses sampai hasil akhir perancangan ini dapat menjadi jawaban bagi bagaimana meningkatkan citra suatu produk melalui desain kemasannya, yang kemudian mampu menarik konsumen untuk membeli produk gula aren.

### USP (Unique Selling Proposition)

Dengan memiliki USP (Unique Selling Proposition), produk atau jasa dapat meningkatkan positioning dan pangsa pasar karena:

#### 1. Unique

Hal ini membuat anda berbeda dengan yang lain.

#### 2. Selling

Membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

#### 3. Proposition

Proposal atau usulan untuk diterima, sehingga suatu produk atau jasa harus memiliki keunikan dibanding produk atau jasa yang lain, sehingga dipilih oleh konsumen. Unik berarti memiliki perbedaan yang tidak bisa disamai oleh pesaing dan disukai menurut persepsi konsumen, bukan aneh yang pengertiannya adalah asal memiliki perbedaan tetapi belum tentu disukai.

## Konsep Perancangan

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan *visual brand identity* sebagai media utama untuk meningkatkan *brand awareness* Milk Story di kota Malang dan Batu. Konsep dari *visual brand identity* adalah menunjukkan kesan *fun* dan *friendly* yang ditampilkan dengan gaya desain minimalis dan modern dalam berbagai macam aplikasi media.

Perancangan komunikasi desain gula aren produksi desa margolelo rowoseneng ini ditujukan kepada remaja di Surabaya. Penjabaran *target audience* dilakukan berdasarkan empat aspek yaitu:

#### 1. Demografis

*Target audience* dijabarkan melalui spesifikasi umur, jenis kelamin, dll. *Target audience* merupakan jenis kelamin perempuan umur 25 –50 tahun.

#### 2. Geografis

Segmentasi geografis yakni terbagi berdasarkan variabel geografi seperti wilayah, ukuran daerah, iklim, dan kepadatan populasi. Dalam hal ini *target audience* merupakan masyarakat Jawa Tengah.

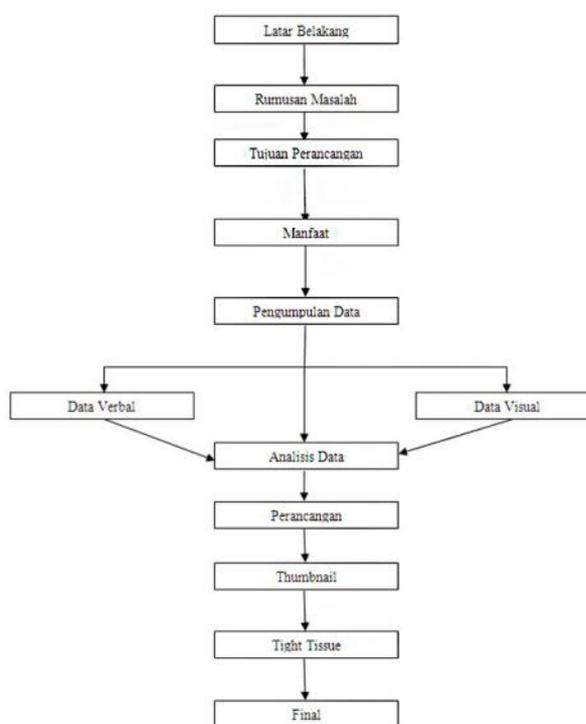
#### 3. Psikografis

Pembagian *target audience* berdasarkan variabel psikografis yakni seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. *Target audience* perancangan ini adalah masyarakat dengan Strata Ekonomi Sosial menengah ke atas.

#### 4. Behaviouristis

Pembagian *target audience* jenis ini berdasarkan kesempatan penggunaan, manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan, dan sikap pada produk. Konsumen merupakan orang yang peduli terhadap kesehatan dan yang mementingkan kemasan yang menarik.

Tabel 1. Skematik Perancangan



## Pembahasan

Brand gula aren Dwi ini memposisikan dirinya sebagai perusahaan kecil dan menengah, yang produknya lebih banyak penjualan dilakukan di warung dan mini market. Keunggulan dari gula aren ini adalah sehat dan aman untuk dikonsumsi oleh penderita diabetes. Gula aren Dwi ini dapat digunakan untuk campuran jamu, untuk masakan, makanan dan minuman. Gula aren mempunyai rasa yang khas dan tidak dimiliki oleh gula yang lain. Barang yang dijual Pak Dwi diolah secara tradisional tanpa campuran bahan kimia, serta layak bila dikonsumsi. Karena

yang paling dikedepankan Pak Dwi adalah kualitas produk.

Berdasarkan wujudnya produk yang diangkat pada perancangan ini, yaitu gula aren termasuk dalam klasifikasi barang. Sebab produk ini dapat dilihat, dipegang, disimpan, dan dipindahkan. Berdasarkan daya tahannya, produk gula aren ini termasuk dalam jenis yang tahan lama, namun harus didukung dengan kemasan yang pas. Dilihat dari tujuan konsumen dan kegunaan produk yang digunakan maka gula aren ini menjadi bahan baku untuk masakan, pemanis, dan lain - lain.

Dari sisi *visibility*, kemasan terdapat tanda pengenal produk dengan label yang hanya dibuat seadanya dan tidak menarik. Baik pada ukuran 250gr ataupun 400gr produk hanya dikemas dengan menggunakan plastik mika tipis transparan dan di jepret bagian sampingnya. Ukuran plastik pas dengan produk yang dikemas.

Dari sisi *information*, tidak ada informasi apa pun pada kemasan. Tidak terdapat logo.

Dari sisi *emotional appeal*, produk dengan menggunakan kemasan plastik ini cukup memberikan kesan higienis. Namun plastik yang tipis memberikan kesan bahwa produk tidak akan terlindungi dengan baik dan mudah hancur.

Dari sisi *workability*, kemasan ini kurang tepat. Karena untuk ukuran kemasan produk ukuran besar sangatlah tidak aman. Karena banyak sekali [produk yang terkikis karena plastik terlalu tipis dan sangat pas dengan ukuran yang sangat pas.

Dengan kemasan yang demikian ini, maka para konsumen akan sulit mengenali produk gula aren, karena sama sekali tidak terdapat logo dan perusahaan mana yang memproduksinya. Untuk segmen pasar yang lebih tinggi, kemasan sejenis ini sangat kurang tepat bila digunakan. Karena kemasan dengan plastik tipis tidak dapat melindungi produk, sehingga produk dapat dengan mudah hancur. Selain itu, desain yang kurang menarik beserta informasi yang tidak dicantumkan akan membuat orang untuk tidak tertarik mengkonsumsinya.

Perancangan Desain Kemasan Gula Aren Tradisional Produksi Desa Margolelo Rowoseneng memiliki tujuan yaitu membuat kemasan yang menarik bagi gula aren produksi Pak Dwi, sehingga mampu membawa produk ke target market yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness* Gula Aren Dwi.

### Konsep Kreatif

Pada produk Gula Aren Dwi ini terdapat tiga macam produk yaitu gula aren padat, gula aren bubuk, dan gula aren cair. Masing – masing produk terdapat dua ukuran yang berbeda. Untuk gula aren padat dan cair akan dibuat label. Penggunaan warna hanya satu

warna saja yaitu warna coklat yang memberikan kesan tradisional dan juga merupakan warna dari gula aren itu sendiri serta untuk menekan biaya produksi.

Sebagai produk bahan makanan, maka yang penting adalah perlu diperhatikan ke higienisannya. Maka untuk menjaga produk tersebut bahan kemasan paling utama untuk gula bubuk padat adalah *plastic wrap*.

*Plastic wrap* dapat melindungi makanan agar tahan lebih lama dan terlindungi. Untuk kemasan utama gula aren bubuk menggunakan *flexible paper*. Namun, *plastic wrap* dan *flexible paper* tidak dapat berdiri sendiri sebagai bahan pengemas. Maka dari itu untuk gula aren padat digunakan kertas samson untuk melapisi bagian luar *plastic wrap*, yang mana bukan hanya sebagai pelindung tambahan namun juga berfungsi sebagai daya tarik serta menampilkan label informasi tentang produk yang ditempel pada kertas samson tersebut.

Produk ini merupakan produk yang tidak mahal, maka bahan yang digunakan pun harus menyesuaikan. Sehingga tidak dapat mementingkan visualnya saja agar terlihat menarik, namun juga harus diperhatikan bahwa harga kemasan tidak lebih tinggi dari harga produknya. Dalam hal ini harus dipikirkan kembali bagaimana membuat desain yang menarik, namun harus tetap ekonomis sesuai dengan produk.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, telah didapatkan konsep utama dari desain adalah tradisional. Tradisional diperoleh dari bagaimana proses pengolahan dari air nira sampai menjadi gula aren.

Tujuan utama dari perancangan desain kemasan gula aren tradisional ini tidak hanya untuk memperluas *target market*-nya ke tingkat yang lebih tinggi dalam hal ini *target market* yang lebih tinggi merupakan supermarket, tetapi juga mengenalkan *brand* menjadi lebih dikenali (*brand awareness*).

Dalam perancangan ini, akan dibuat sebuah kemasan yang sesuai dengan jenis produknya, sehingga produk yang sebelumnya kurang dikenali dapat hadir dengan tampilan yang menarik pembeli. Kemasan akan dirancang dengan mengutamakan sisi kepraktisan, ekonomis, higienis, serta tidak akan memberatkan produsen dari segi produksi serta konsumen dari segi harga.

Konsep secara keseluruhan dari desain kemasan adalah ingin menampilkan sisi tradisional yang disatukan dengan sisi *modern*, dengan menggunakan jenis desain yang sesuai dengan selera saat ini. Tetap diangkat desain dari sisi tradisional karena tidak ingin meninggalkan sisi tradisional dari produk sendiri. Dengan demikian produk gula aren dari Pak Dwi akan memiliki wajah baru, dan siap untuk maju ke *market*

yang lebih tinggi. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai *brand positioning*, *brand identity*, serta *brand image* dari produk gula aren tradisional Pak Dwi.

#### *Brand Positioning*

Pada perancangan ini, positioning yang diharapkan adalah produk gula aren ini merupakan produk yang berkualitas, dan cocok dijadikan sebagai pemanis makanan dan minuman. Jadi persepsi yang ingin ditampilkan bagi konsumen adalah gula aren merupakan pemanis alami dan aman untuk dikonsumsi setiap orang bahkan untuk penderita diabetes. Produk Gula Aren Dwi ini sehat dan aman untuk dikonsumsi oleh penderita diabetes. Produk ini dapat digunakan untuk campuran jamu, campuran bahan masakan, campuran makanan, dan juga campuran untuk minuman. Gula Aren ini mempunyai rasa yang khas dan tidak dimiliki oleh gula yang lain. Produk Gula Aren Dwi ini diolah secara tradisional dan alami tanpa campuran bahan kimia, serta layak bila dikonsumsi.

#### *Brand Identity*

Identitas produk yang digunakan adalah Gula Aren Dwi. Karena, seluruh produk merupakan hasil produksi dari Pak Dwi sendiri. Sedangkan kata “Gula Aren” dimaksudkan untuk memperjelas konsumen bahwa produk yang diproduksi dan dijual kepada masyarakat merupakan gula aren. Penggunaan nama Gula Aren Dwi akan diaplikasikan pada setiap bagian dari desain kemasan hingga perangkat promosinya.

#### *Brand Image*

Brand Image yang ingin ditampilkan pada kemasan adalah kemasan tradisional dan modern yaitu *simplicity*. Ilustrasi yang ditambahkan adalah gambar dua pohon aren sebagai penegas bahwa produk – produk yang dihasilkan terbuat dari pohon aren. Serta akan ditambahkan pula motif batik khas Jawa Tengah, karena Desa Margolelo Rowoseneng sendiri tidak memiliki motif yang khas. Dan juga terdapat motif kayu memberikan kesan alami yang melambangkan bahwa produk – produk Gula Aren Dwi tersebut dibuat secara alami.

#### **Aplikasi Desain**

Logo Gula Aren Dwi mempunyai kesan *simplicity* dan tradisional untuk menampilkan produk yang dijual yaitu gula aren yang diolah secara tradisional dan alami yaitu dengan pemakaian logogram dan logotype yang menunjang logo. Proses pembuatan logo Gula Aren Dwi dimulai dari proses thumbnail, tight tissue, dan final.

Logo baru yang digunakan adalah seperti berikut:



**Gambar 1. Thumbnail logo Gula Aren Dwi**



**Gambar 2. Tighttissue logo Gula Aren Dwi**



**Gambar 3. Hasil desain logo Gula Aren Dwi**



dengan *grid system* yang akan mempermudah proses reproduksi logo selanjutnya.

**Gambar 4. Hasil desain logo Gula Aren Dwi versi *black and white***

Logogram yang dipilih adalah penggabungan siluet dari dua pohon aren dan garis pada dasar pohon tersebut. Siluet dua pohon aren ini bermakna bahwa produk – produk yang dihasilkan terbuat dari pohon aren. Dua pohon dianalogikan sebagai merk itu sendiri yaitu “Dwi” yang berarti dua. Garis yang terdapat di bawah pohon bermakna sebagai daratan dimana pohon aren tersebut tumbuh. Pada bagian bawah logo terdapat bentuk pita bertuliskan *est. 2002* yang menunjukkan bahwa produk gula aren tersebut sudah dibangun sejak tahun 2002 dan merupakan produk terpercaya sejak dulu.

*Logotype* dari Gula Aren Dwi ini akan menggunakan *typeface (font)* yang berjenis *script*, serif, dan sans serif. *Typefacescript* yang digunakan adalah *Monotype Corsiva* yang member kesan tradisional dan dinamis. *Typeface* serif yang digunakan adalah *Castellar* yang member kesan elegan. *Typeface* sans serif yang digunakan adalah *Bebas Neue* yang member kesan modern yaitu *simplicity*.

Warna pada logo terdapat warna coklat yang merupakan warna utama dan warna coklat tua. Warna coklat memberikan kesan tradisional dan warna coklat ini merupakan warna dari gula aren itu sendiri.

Untuk menekan biaya produksi agar tidak terlalu tinggi, maka penggunaan warna yang akan diminimalisir. Dalam hal ini, kemasan utama akan dicetak dengan menggunakan sistem *offset*. Karena pada setiap kemasan hanya akan menggunakan satu warna saja, penggunaan warna gelap dan terang tetap ada. Namun, dalam teknik *offset* warna yang berbeda itu masih tetap dianggap satu warna, namun tinta akan keluar dengan tingkat kepekatan yang berbeda. Untuk persiapan cetak *offset*, data harus disimpan dalam format vektor dengan ukuran dari bidang objek sesuai dengan aslinya saat ada di media cetaknya. Untuk label kemasan cair dan padat juga menggunakan teknik cetak *offset*. Mulai dari film, plat, pisau potong, dan juga plong akan dikerjakan oleh percetakan *offset*. Sedangkan untuk kertas akan dibeli sendiri, atau jika sudah ada kerja sama antara toko kertas dan juga percetakan maka seluruhnya akan langsung dikerjakan oleh percetakan.

Selain itu, juga ada mekanika digital yang perlu diperhatikan terhadap desain logo. Maka logo didesain



**Gambar 5. Grid System Logo Gula Aren Dwi**

Pengaplikasian logo dilakukan pada setiap media desain kemasan yaitu kemasan gula aren padat 250 gr, kemasan gula aren padat 400 gr, kemasan gula aren cair 250 ml, kemasan gula aren cair 750 ml, kemasan gula aren bubuk *sachet* kotak 8 gr, kemasan gula aren bubuk *sachet* panjang 8 gr, *box* kemasan gula aren bubuk *sachet* kotak, *box* kemasan gula aren bubuk *sachet* panjang, kantong untuk pembelian satuan, kemasan paket hemat yang terdiri dari gula aren padat 250 gr, gula aren cair 250 ml, dan gula aren bubuk *sachet* kotak beserta *box*nya, kemasan paket eksklusif yang terdiri dari gula aren padat 400 gr, gula aren cair 750 ml, dan gula aren bubuk *sachet* panjang beserta *box*nya. Kemasan untuk paket hemat didesain seperti kantong agar mudah dibawa, untuk kemasan paket eksklusif menggunakan *box* yang mempunyai motif kayu untuk membuat kotak tersebut terkesan natural, alami, dan eksklusif. Begitu juga dengan kardus distribusi akan diaplikasikan logo.

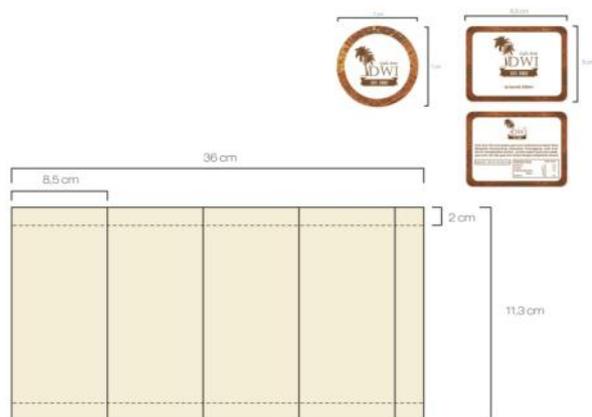
Berikut ini *layout* desain awal kemasan :



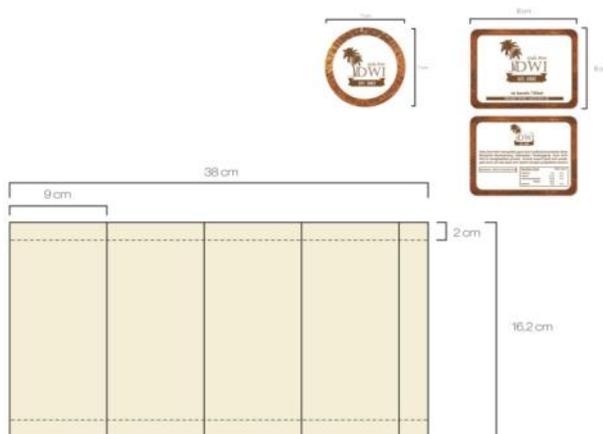
**Gambar 6. Thumbnail desain kemasan Gula Aren Dwi**

Setelah proses pembuatan thumbnail, dilakukan proses pengembangan desain yaitu membuat jari – jari pada tiap kemasan.

Jari – jari pada setiap kemasan yang dibuat adalah seperti berikut :



**Gambar 7. Jaring - jaring desain kemasan gula aren padat 250 gr**



**Gambar 8. Jaring - jaring desain kemasan gula aren padat 400 gr**

Pada desain kemasan gula aren padat 250 gr dan gula aren padat 400 gr, gula aren akan dibungkus dengan plastic wrap untuk menjaga ke higienisannya, lalu dibungkus lagi menggunakan kertas samson dan diberi label. Label disini mempunyai peran untuk memberikan informasi pada produk yang dijual.

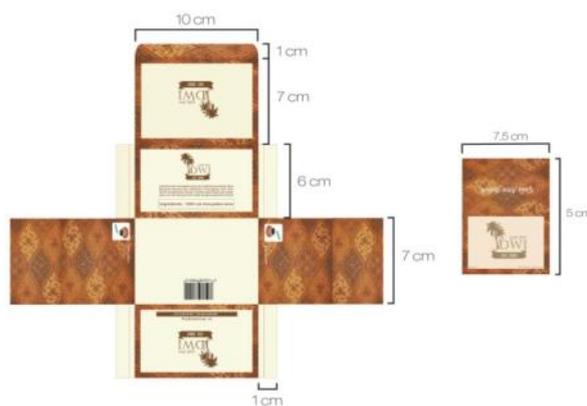


**Gambar 9. Jaring - jaring desain kemasan gula aren cair 250 ml**



**Gambar 10. Jaring - jaring desain kemasan gula aren cair 750 ml**

Desain kemasan pada gula aren cair 250 ml dan gula aren cair 750 ml menggunakan botol kaca dan isi gula aren cair tersebut agar dapat dilihat konsumen Segel pada kemasan gula cair ini menggunakan kain karung goni yang diikatkan pada penutup botol agar tidak dibuka tutup sembarangan. Dalam hal ini, segel memberikan kesan higienis karena segel tidak dapat dibuka bila tidak dibeli. Label pada kemasan gula aren cair ini sangatlah penting, karena berfungsi untuk memberikan informasi kepada konsumen.



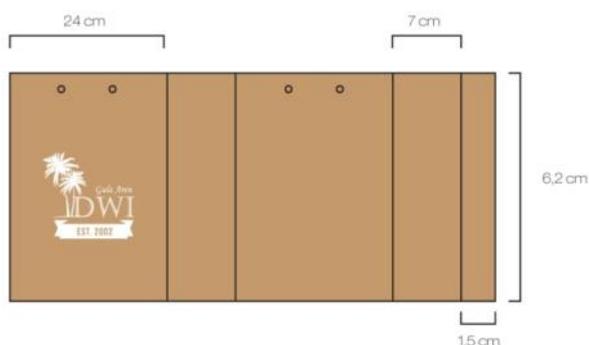
**Gambar 11. Jaring - jaring desain kemasan gula aren bubuk sachet kotak beserta boxnya**



**Gambar 12. Jaring - jaring desain kemasan gula aren bubuk sachet panjang beserta boxnya**

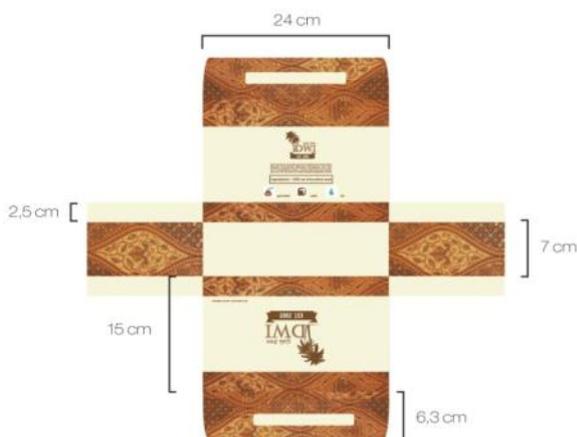
Pada desain kemasan gula aren bubuk sachet kotak dan gula aren bubuk sachet panjang menggunakan

motif batik Jawa Tengah agar kesan tradisional melekat pada Gula Aren Dwi. Untuk desain kemasan *box* gula aren bubuk *sachet* kotak juga menggunakan motif batik khas Jawa Tengah karena mengandung kesan tradisional dan *simplicity*. Sedangkan desain kemasan *box* gula aren bubuk *sachet* panjang menggunakan motif kayu untuk memberi kesan alami dan natural seperti produk yang dijual. Pada bagian atas *box* kemasan gula aren bubuk *sachet* panjang ini diberi tali dengan maksud agar para konsumen dapat membawa gula tersebut dengan mudah dan sangat praktis. Untuk *sachet* gula aren bubuk kotak dan *sachet* gula aren bubuk panjang akan menggunakan *flexible paper* agar mudah untuk disobek. Bahan yang digunakan untuk *box* gula aren bubuk *sachet* kotak dan *box* gula aren bubuk *sachet* panjang adalah *duplex coated*. *Box* desain kemasan gula aren bubuk *sachet* ini diberikan informasi tentang produk yang dijual.



**Gambar 13. Jaring - jaring desain kemasan kantong**

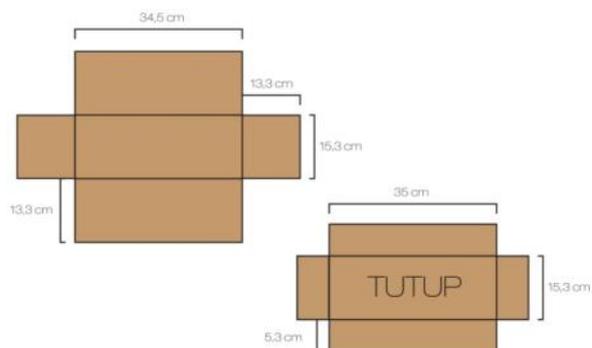
Kantongan terdapat logo Gula Aren Dwi *white* karena kantong berwarna gelap sehingga logo yang diaplikasikan berwarna putih. Bahan pada kantong adalah kertas kraft berwarna coklat karena menimbulkan kesan tradisional dan simple karena hanya terdapat logo Gula Aren Dwi saja.



**Gambar 14. Jaring - jaring desain kemasan paket hemat**

Pada kemasan paket hemat, bahan yang digunakan adalah *duplex coated* karena *duplex coated*

merupakan bahan yang kaku dan kuat. Motif yang digunakan adalah motif batik khas Jawa Tengah untuk memberikan kesan tradisional. Informasi dicantumkan pada kemasan paket hemat tersebut agar konsumen dapat membaca dan tahu apa saja yang terdapat dalam paket hemat tersebut yakni gula aren padat 250 gr, gula aren bubuk *sachet* kotak beserta *box*nya, dan gula aren cair 250 ml.



**Gambar 15. Jaring - jaring desain kemasan paket eksklusif**

Pada kemasan paket eksklusif, bahan yang digunakan adalah duplex 260 mm karena duplex merupakan bahan yang kuat. Motif yang digunakan adalah motif kayu untuk memberikan kesan natural dan alami seperti produk yang dihasilkan yaitu gula aren yang diproses secara natural dan alami tanpa menggunakan bahan kimia. Informasi dicantumkan pada stiker yang ditempelkan pada tutup kemasan tersebut agar konsumen dapat membaca dan tahu apa saja yang terdapat dalam paket hemat tersebut yaitu gula aren padat 400 gr, gula aren bubuk *sachet* panjang beserta *box*nya, dan gula aren cair 750 ml.



**Gambar 16. Jaring - jaring kardus distribusi**

Bahan yang digunakan untuk kardus distribusi adalah dos gelombang. Kardus distribusi ini berfungsi sebagai kemasan untuk mendistribusikan produk dengan kemasan primer maupun sekunder, sehingga produk – produk tersebut sampai ke distributor secara utuh dan tidak rusak.

Berikut ini desain final kemasan Gula Aren Dwi :



**Gambar 17. Desain final kemasan gula aren padat 250 gr dan gula aren padat 400 gr**



**Gambar 18. Desain final kemasan gula aren cair 250 ml dan gula aren cair 750 ml**



**Gambar 19. Desain final kemasan gula aren bubuk sachet kotak dan boxnya**



**Gambar 20. Desain final kemasan gula aren bubuk sachet panjang dan boxnya**



**Gambar 21. Desain final kemasan paket hemat**



**Gambar 22. Desain final kemasan paket eksklusif**



### Gambar 23. Desain final kemasan kantong dan kardus distribusi

Semua pengaplikasian logo dalam berbagai macam media ini akan diatur dalam sebuah buku *Visual Identity System* atau yang sering disebut dengan *Graphic Standart Manual*. Buku ini adalah pedoman bagi perusahaan atau entitas apapun, dalam menerapkan konsistensi identitasnya. Selain memiliki fungsi tersebut, ia sebetulnya memiliki peran yang lebih mendasar sebagai alat yang memvisualkan citra perusahaan sebagai citra bersama dalam satu entitas yang utuh.



Gambar 24. Desain layout buku *Graphic Standart Manual*  
Kesimpulan

Pada jaman sekarang ini, fungsi kemasan bukan hanya menjadi pelindung untuk sebuah produk. Sebuah kemasan juga harus mampu memberi citra bagi produk, dengan demikian produk akan dengan mudah dapat diingat melalui kemasannya. Rasa dari produk yang enak tidaklah cukup untuk menarik pembeli, sehingga penambahan unsur visual agar produk menjadi lebih menarik bagi pembeli sangatlah penting.

Identitas sebuah produk harus dilabelkan secara konsisten, sehingga dapat tertanam dengan kuat dibenak konsumen karena saat ini begitu banyak produk sejenis yang bermunculan dengan harapan ingin mendapatkan perhatian dari konsumen. Sehingga bila sebuah produk tidak memiliki identitas yang konsisten, konsumen mungkin akan lebih memilih produk lain yang dapat membuat mereka merasa lebih yakin karena sebuah identitas merupakan jaminan akan kualitas atas produk yang ditawarkan. Dengan dipakainya *brand name* Gula Aren Dwi serta adanya logo sebagai identitasnya ingin mengkokohkan pencitraan terhadap produk gula aren ini.

*Brand Identity* menjadi suatu elemen yang sangat penting di mana *brand identity* harus menampilkan citra dan identitas sebuah *brand*. *Brand identity* wajib dimiliki oleh sebuah *brand* untuk menyampaikan image perusahaan sesuai dengan karakter serta visi dan misi perusahaan. *Brand identity* dapat menguatkan *brand awareness* masyarakat terhadap sebuah merek. Ciri khas sebuah merek pun dapat diingat dengan mudah melalui tampilan visual. *Brand identity* yang tepat akan memudahkan *target audience* untuk mengingat keberadaan *brand* tersebut, sehingga mampu meningkatkan angka penjualan produk yang ditawarkan. Hal ini juga akan memicu peluang perusahaan untuk mengembangkan pemasaran produknya.

Kemasan yang lebih terjamin keamanannya serta lebih menarik secara visual akan membawa nama Gula Aren Dwi lebih baik daripada sebelumnya. Dengan demikian, konsumen akan lebih percaya saat akan memilih produk ini.

Desain kemasan yang menarik merupakan sarana promosi yang paling penting bagi sebuah produk yang memiliki banyak pesaing seperti gula aren.

### Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis diberi kekuatan untuk dapat mengerjakan dan menyelesaikan jurnal dengan baik. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan kepada penulis, sehingga jurnal ini dapat tersusun dengan baik.

Ucapan terima kasih ini diberikan kepada pihak-pihak berikut karena tugas akhir ini disusun oleh penulis dengan dukungan dari pihak-pihak terkait:

1. Pak Dwi, selaku pemilik dari Gula Aren Dwi yang sudah memberikan ijin dan banyak bantuan dalam Perancangan Desain Kemasan Gula Aren Tradisional Produksi Desa Margolelo Rowoseneng yang baru.
2. Pak Bing dan Pak Baskoro, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan selalu kritis dalam memberikan kritik dan saran positif bagi penulis.
3. Pak Hendian, Pak Obed, dan Pak Andrian, selaku dosen penguji yang juga memberikan banyak kritik dan saran positif ketika proses sidang berlangsung.
4. Keluarga tercinta yaitu orang tua dan kakak atas doa dan dukungan baik secara moral maupun material selama ini
5. Keluarga di Temanggung yang telah banyak membantu dan memberikan tempat tinggal serta semangat.
6. Teman-teman sekelompok yang telah mendukung penulis hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Para sahabat yaitu Ega, David, Jenny, Devina, Debrina, Stephanie, Alice, Mina, Rima, Dhanny, Debby, Dian, Ami, Raka, Elang, dan Malvin.
8. Pihak - pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan jurnal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala petunjuk, kritik, dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya.

## Daftar Pustaka

Adams, Sean. *Master of Design: Logos and Identity*. Massachusetts : Rockport Publishers, Inc., 2008.

Cenadi, Christine Suharto. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran, *Nirmana Vol. 2, No. 1*, Januari 2000: 92 – 103.

“Gula Aren”. *Bank Indonesia*. 2009. 10 Mei 2009. < Gula Aren, <http://arenindonesia.wordpress.com/panduan-tentang-aren/bank-indonesia/> >

*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ketiga*. Jakarta: PN Balai Pustaka, 2001.

Kartajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996.

“Kemasan”. *Arti Kata*. 2013. 7 Februari 2013. < Arti Kata, [http:// artikata.com/arti-367857-kemasan.html](http://artikata.com/arti-367857-kemasan.html) >

Klimchuk, Marianne R., dan Sandra Krasovec. *Desain Kemasan Perancangan Merek Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga, 2007.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Trans. Budiman Mahendra. Jakarta : PT. Prenhallindo, 1998.

“Kenapa Gula Aren Lebih Sehat Dari Gula Pasir?”. *Detik Health*. 2011. 11 Januari 2011. < Kenapa Gula Aren Lebih Sehat dari Gula Pasir?, <http://health.detik.com/read/kenapa-gula-aren-lebih-sehat-dari-gula-pasir> >

“Kemasan”. *Arti Kata*. 2013. 7 Februari 2013. < Arti Kata, [http:// artikata.com/arti-367857-kemasan.html](http://artikata.com/arti-367857-kemasan.html) >

Rustan, Suriyanto. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia, 2009.

Sanyoto, Sajiman Ebd. *Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

“Tradisional”. *Arti Kata*. 2013. 7 Februari 2013. < Arti Kata, <http://artikata.com/arti-354966-tradisional.html> >