

Perancangan Desain Kemasan Dodol Produk UD. Warna Sari Sebagai Oleh-Oleh Khas Pulau Lombok

Verina Davita¹, Elisabeth Christine Yuwono², Bambang Mardiono Soewito³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: verinadavita@gmail.com

Abstrak

UD. Warna Sari adalah salah satu perusahaan yang menjual dan memproduksi dodol Suranadi khas pulau Lombok sejak tahun 1989. Dodol yang dijual beraneka macam rasa, seperti nangka, nanas, tape, pisang dan sirsak. Perancangan kemasan ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada pada kemasan dodol produk UD. Warna Sari, yang masih belum menampilkan identitas sebagai produk oleh-oleh khas Pulau Lombok, dari segi visual cenderung mirip dengan kompetitor, kemudian kemasan plastik yang digunakan kurang kokoh membuat dodol mudah berubah bentuk. Dengan kemasan yang baru, diharapkan dapat sesuai dengan karakteristik produk dan dapat lebih menonjolkan identitas UD. Warna Sari. Data pendukung pada perancangan ini didapat melalui wawancara dan observasi terhadap produk dodol UD. Warna Sari beserta kemasannya, dan dianalisis menggunakan SWOT dan VIEW.

Kata kunci : Kemasan, Desain Kemasan, Dodol, Oleh-Oleh, Pulau Lombok.

Abstrack

Title : *Packaging Design Dodol of Product UD. Warna Sari as a Typical Souvenir Lombok Island*

UD. Warna Sari is one of the companies that sells and produces dodol Suranadi Lombok's typical since 1989. They sell dodol in various flavors, such as jackfruit, pineapple, tape, banana, and soursop. This design was created to solve the packaging problem of UD. Warna Sari's dodol product that still didn't appear to be Lombok Island's typical souvenir, because of an identical visual as same their competitor's and the use of less sturdy plastic for dodol product make changes shape easily. The new packaging, expected can suitable with product characteristics and be able show the identity clearly of UD. Warna Sari as a product typical Lombok. Supporting data of this design was collected through interviews and observation of UD. Warna Sari's dodol product along with packaging, and methods used to analyze were SWOT and VIEW.

Keyword : *Packaging, Packaging Design, Dodol, Souvenir, Lombok Island.*

Pendahuluan

Saat ini banyak pilihan bagi masyarakat untuk menentukan destinasi wisata. Salah satu tujuan wisata yang cukup banyak diminati adalah Pulau Lombok yang terletak di provinsi Nusa Tenggara Barat. Pulau Lombok saat ini sudah menjadi salah satu tujuan destinasi yang terkenal dengan wisata alam yang menarik. Selain tempat wisata alam, ada berbagai macam kuliner dan aneka camilan Pulau Lombok yang sangat khas dan menjadi daya tarik bagi wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut membuat sektor penjualan oleh-oleh di Pulau Lombok semakin meningkat. Para wisatawan yang datang ke Pulau Lombok biasanya

akan membeli buah tangan untuk dikonsumsi sendiri maupun diberikan untuk saudara atau teman. Seringkali saat membeli buah tangan, wisatawan menjadi bingung harus membeli makanan apa dan produk yang mana karena banyaknya varian dari produk yang sama. Pada dasarnya, untuk dijadikan buah tangan tentunya banyak konsumen akan memilih produk dengan tampilan kemasan yang lebih menarik dan meyakinkan.

Suranadi merupakan salah satu tempat wisata Pulau Lombok yang cukup dikenal dengan camilan dodol nangkanya. Suranadi terletak di kecamatan Narmada

tepatnya di Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Dodol Suranadi menjadi salah satu camilan khas Lombok yang banyak diminati oleh masyarakat Pulau Lombok maupun wisatawan, bahkan Dodol Suranadi banyak dibeli sebagai oleh-oleh. Salah satu perusahaan yang memproduksi dodol Suranadi adalah UD. Warna Sari, yang telah berdiri sejak tahun 1989. Banyak wisatawan dari luar yang berkunjung dan tertarik melihat bagaimana dodol ini diproduksi. Keunggulan dari produk UD. Warna Sari hingga saat ini masih mempertahankan kualitas rasa, terutama pada dodol yang diproduksinya dengan menggunakan buah asli tanpa menggunakan bahan pengawet, sehingga mengeluarkan aroma buah yang tajam dan kuat. Dodol ini juga dapat bertahan hingga 3 bulan lamanya, menjadikan dodol ini banyak diminati sebagai oleh-oleh. Selain itu, kemasan primer pada dodol nangka yang diproduksi UD. Warna Sari masih menggunakan bahan alami, yaitu kulit jagung untuk melapisi dodol, sehingga tekstur pada dodol tidak lengket. Hal inilah yang membedakan dodol dari daerah lainnya dan dodol Suranadi terkenal menjadi salah satu dodol khas Pulau Lombok. UD. Warna Sari saat ini memproduksi aneka dodol dengan beragam rasa, seperti Dodol Nangka, Sirsak, Nanas, Pisang dan Tape. Seiring dengan perkembangan usahanya, saat ini UD. Warna Sari juga memproduksi camilan lainnya, seperti Keripik (Nangka, Talas, Pisang, singkong, ubi ungu), Pisang Sale dan Tempani (kue kering kacang hijau). Pemasarannya sudah masuk ke toko oleh-oleh yang tersebar di wilayah pulau Lombok, hingga luar daerah.

Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya jaman saat ini banyak pesaing oleh-oleh lainnya yang menarik minat konsumen dengan berbagai inovasi kemasan yang lebih menarik. Menurut Cenadi (2000, p. 92) daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Faktor dari daya tarik suatu produk tersebut sangatlah penting, karena dapat menarik minat beli para calon konsumen. Kemasan dari produk UD. Warna Sari dari segi visual masih terlihat sangat sederhana. Dari grafisnya terlihat pada penggunaan tipografi yang sering digunakan pada kemasan sejenis sehingga kurang memberikan ciri khas tersendiri bagi produk, kemudian proporsi gambar beserta *layout* yang tidak teratur sehingga kurang menonjolkan identitas diri dari UD. Warna Sari. Penggunaan warna pada kemasan primer dengan desain label pada kemasan sekunder terlihat sama-sama kontras dan cenderung susah dibaca pada bagian informasi produk. Salah satu masalah lainnya dapat dilihat dari karakteristik produk dodol yang lunak, penggunaan kemasan pada plastik mika dan plastik PP sebagai oleh-oleh juga kurang mendukung karena selain mudah sobek, bentuk dari dodol tersebut akan mudah penyok atau berubah bentuk.

Sebagai kemasan oleh-oleh tentunya harus dikemas dengan menarik, sesuai dengan karakteristik produk dan dapat memunculkan suatu identitas kemasan yang jelas, maka diperlukan redesain. Memiliki keunggulan, identitas diri sangatlah penting, untuk menjadikan produk dari UD. Warna Sari yang merupakan camilan oleh-oleh khas Lombok yang tradisional Indonesia menjadi lebih unggul, bukan hanya bagi pasar lokal tapi juga pasar internasional. Pada perancangan desain kemasannya akan difokuskan kepada kemasan dodol, karena merupakan camilan yang paling khas di Pulau Lombok dan diproduksi sendiri oleh UD. Warna Sari.



Gambar 1. Tampilan Kemasan Dodol Nangka dengan varian netto 100gr .



Gambar 2. Tampilan Kemasan Dodol Nangka dengan varian netto 200gr.



Gambar 3. Tampilan Kemasan Dodol Nangka dan Sirsak dengan varian netto 500gr.

Metode Perancangan

Perancangan kemasan ini menggunakan metode perancangan sebagai berikut:

Data Primer

Data primer diperoleh dengan melakukan observasi lapangan melalui pengamatan serta melakukan wawancara kepada pemilik UD. Warna Sari, untuk mengetahui detail produk mulai dari karakteristik produk, elemen visual produk, kekurangan dan kelebihan, material kemasan dan pendapat konsumen terhadap kemasan produk.

Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan meliputi data dari internet dan berbagai sumber teori dari buku bacaan. Data-data tersebut antara lain, data tentang teori kemasan, struktur kemasan, referensi jenis-jenis kemasan, fungsi kemasan, bentuk kemasan camilan dodol, dodol Suranadi, camilan oleh-oleh khas pulau Lombok, budaya pulau Lombok.

Metode Analisis

Analisis SWOT

Metode analisis SWOT digunakan untuk mengetahui *Strengths* (kelebihan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (Ancaman) pada produk UD. Warna sari, yang kemudian hasil dari analisa dan pertimbangan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kemasan yang sesuai seperti apa, sehingga dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan hasil tersebut digunakan untuk menjadi acuan dalam proses desain.

Stengths

- Telah memiliki identitas.
- Telah memiliki ijin produksi sehingga lebih terjamin.
- Sudah dikenal oleh masyarakat.
- Produk masih dibuat secara tradisional.
- Masih menggunakan kemasan primer dengan bahan alam yang khas yaitu kulit jagung.
- Tidak menggunakan bahan pengawet.

Weakness

- Lokasi penjualan kurang strategis.
- Kemasan yang digunakan kurang mendukung dengan karakteristik produk.
- Desain kemasan terlihat kurang menarik.

Opportunities

- Dikenal melalui mulut ke mulut, media sosial facebook dan website.

- Sebagian orang banyak yang membeli sebagai oleh-oleh sehingga peminatnya cukup banyak.

Threats

- Kompetitor lain yang baru bermunculan.
- Kompetitor yang telah lebih dahulu menguasai pasar dan menanamkan kepercayaan kepada konsumen.

Analisis Kategori Produk

Berdasarkan analisa, produk yang akan dibuat perancangannya merupakan barang berwujud yang dapat dilihat, dipegang, dipindahkan, dan dikonsumsi. Produk ini termasuk ke dalam kategori makanan ringan. Dodol produk UD. Warna Sari dapat dikonsumsi secara langsung dan memiliki daya tahan yang cukup lama hingga tiga bulan lamanya dari tanggal produksi. Jika dilihat dari sisi tujuan konsumen, produk ini banyak dibeli sebagai oleh-oleh khas Lombok yang cenderung diberikan kepada teman, keluarga maupun untuk dimakan sendiri. Sedangkan dari segi tampilan visual masih terlihat umum banyak digunakan pada kemasan sejenis dan belum terlihat sisi ciri khas dari produk yang mendukung sebagai oleh-oleh. Sehingga diperlukan adanya perancangan ini untuk bisa memenuhi fungsi kemasan yang dapat menjadi daya tarik dan bisa menunjukkan identitas yang khas sebagai oleh-oleh Pulau Lombok.

Analisis Fitur Kemasan (VIEW)

Untuk memudahkan dalam menganalisis kemasan dari dodol UD. Warna Sari maka digunakan metode analisis fitur pada kemasan (VIEW), dengan mengumpulkan data-data mengenai daya tarik visual produk (*visibility*), informasi kemasan produk seperti kelemahan atau kekurangannya produk (*information*), daya tarik untuk membeli produk tersebut (*emotional appeal*), serta kemudahan dalam pembuatan dan penyimpanan dari produk tersebut (*workability*).

Visibility

- Warna yang digunakan cukup bervariasi, mengikuti variasi rasa.
- Ilustrasi menggunakan Rumah lumbung sebagai logo. Kemudian di sisi atas dan bawah ada elemen garis lengkung.
- Tipografi menggunakan jenis *font sans serif*.
- Penataan *layout* kurang teratur, tipografi yang menunjukkan varian rasa lebih menonjol dari logo sendiri. Ada beberapa tulisan yang masih susah terbaca, karena berada di warna kontras *background* dengan tulisan.
- Teknik cetak dengan digital *print*.
- Material kemasan menggunakan plastik mika dan plastik PP.

Information

Informasi yang tercantum pada kemasan UD. Warna Sari adalah nama makanan, P-IRT, berat bersih, tanggal kadaluwarsa (tidak terlihat jelas), komposisi, lokasi produksi, logo halal.

Emotional Appeal

Penggunaan plastik memberikan kesan higienis, namun kurang memiliki daya tarik sebagai produk oleh-oleh.

Workability

Kemasannya kurang dapat melindungi produk karena produk memiliki karakter yang lunak, menggunakan plastik membuat produk dodol dengan mudah berubah bentuk.

Positioning

UD. Warna Sari memosisikan dirinya dengan menanamkan persepsi dan citra sebagai produk dodol yang khas dari Pulau Lombok. Dodol yang diproduksi oleh UD. Warna Sari memberikan kualitas rasa yang terjamin asli rasa buah dengan aroma yang menyengat dan tekstur khas yang tidak lengket, bahkan produk dodol ini juga dapat dibeli sebagai oleh-oleh khas Lombok, yang dapat dikonsumsi sendiri maupun bersama dengan keluarga atau teman.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa secara keseluruhan, bahwa dodol produk UD. Warna Sari memerlukan kemasan yang baru, kemasan yang dapat menonjolkan identitas sebagai oleh-oleh khas pulau Lombok, dengan memperhatikan kemasan dari sisi estetika, keamanan produk serta karakteristik dari produk yang dibuat atau dikemas agar berfungsi dengan baik (Kaihatu, 2014). Kemasan yang menarik secara visual juga berpengaruh kepada penjualan dan dapat menaikkan nilai produk, karena fungsi kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah, tetapi dapat menjual produk yang dikemasnya jika digunakan semaksimal mungkin dalam pemasaran (Cenadi, 2000).

Tujuan-tujuan kreatif tersebut, akan dirancang ke dalam sebuah konsep strategi kreatif untuk perancangan kemasan dodol produk UD. Warna Sari sebagai berikut:

Pola Bentuk Dasar Kemasan

Bentuk pola kemasan akan dibuat lebih inovatif, karena bentuk kemasan menjadi salah satu pendukung utama yang membantu terciptanya seluruh daya tarik visual (Wirya, 1999). Maka dari

itu, dalam perancangan ini menggunakan kemasan berbentuk segitiga menyerupai atap rumah, bentuk ini terinspirasi dari rumah adat tradisional suku sasak yang berada di Dusun Sade Pulau Lombok, rumah lumbung ini memiliki makna yang erat dengan kebudayaan suku sasak, yaitu konon rumah adat ini menjadi tempat penyimpanan bahan makanan setelah masa panen berlangsung. Rumah lumbung ini juga menjadi *icon* Suranadi yang merupakan daerah asli pembuatan dan penjualan produk dodol, sehingga dengan menggunakan bentuk pola ini dapat menonjolkan identitas sebagai produk dodol Pulau Lombok yang berbeda dari dodol dari daerah lainnya.

Pola berbentuk segitiga pada kemasan akan dibuat dengan dua varian netto yaitu, 100gr dan 200gr. Bahan yang digunakan akan kokoh dan tebal untuk menyesuaikan dengan karakter produk yang lunak dan mudah berubah bentuk. Pola berbentuk segitiga sudah cukup melindungi produk dan dapat mempermudah pengambilan produk karena termasuk bentuk yang praktis, selain itu penempatan isi produk dodol yang berbentuk lonjong memanjang juga akan disesuaikan pada pola bentuk segitiga. Sedangkan untuk kemasan 500gr, yang membutuhkan ruang lebih banyak untuk dodol, akan dibuat pola berbentuk persegi panjang memanjang ke atas, jika ditutup akan terlihat berbentuk segitiga sehingga konsistensi dengan bentuk varian netto lainnya. Tujuan dibuat beda dengan pola bentuk 100gr dan 200gr agar adanya variasi kemasan yang lainnya. Ukuran setiap kemasan akan menyesuaikan dengan masing-masing varian netto pada produk. Pada kemasan primer akan diberikan stiker *merk/brand* dari Warna Sari untuk membedakan kemasannya dari kompetitor.

Material Dasar Kemasan

Dalam pemilihan bahan/material dasar pada perancangan kemasan dodol UD. Warna Sari ini juga akan menyesuaikan dengan kebutuhan produk dan produksi, sehingga material yang akan digunakan adalah kertas *art paper* 260gr dengan teknik *finishing* menggunakan laminasi *glossy*. Selain kertas *art paper* termasuk kemasan *foodgrade* yang aman digunakan sebagai kemasan makanan, kertas ini juga kokoh dan tebal sehingga kuat saat produk ditumpuk dan aman saat pendistribusian. Kertas *art paper* juga memberikan kesan eksklusif pada kemasan.

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan dalam kemasan dodol UD. Warna Sari secara keseluruhan akan lebih menunjukkan sisi *simplicity* (simple) pada elemen-elemen desainnya seperti penataan *layout*, jenis *font*, ilustrasi maupun informasi-informasi yang ada pada

kemasan, kemudian tidak menggunakan banyak warna pada setiap kemasan akan tetapi lebih menyesuaikan dengan identitas dari UD. Warna Sari agar terlihat konsisten. Penggunaan gaya desain ini bertujuan untuk menunjukkan kesan modern yang dipadukan dengan nuansa tradisional, sehingga dapat meningkatkan nilai estetika dan membuat lebih menarik minat para target *audience*.

Sistem Buka Tutup

Sistem buka tutup pada perancangan kemasan dodol UD. Warna Sari akan dibuat dengan pengait di bagian samping kemasan pada kemasan 100gr dan 200gr, sistem buka tutupnya dengan menarik bagian samping kanan kemasan. Sedangkan kemasan 500gr menggunakan pengait yang sederhana, dengan sistem menarik ke atas tutup kemasan. Tujuannya untuk memberi kenyamanan dan memudahkan konsumen mengambil produk dodol kemudian menutup kembali kemasan.

Warna

Warna dalam kemasan menjadi salah satu aspek yang penting dan berpengaruh, karena konsumen lebih mengidentifikasi warna terlebih dahulu dibandingkan dengan fitur visual kemasan lainnya (Klimchuk & Krasovec, 2007). Konsep pada perancangan kemasan dodol UD. Warna Sari ini tidak akan banyak menggunakan warna pada setiap kemasan dengan tujuan untuk menonjolkan kesan *simplicity*, akan tetapi menggunakan beberapa warna yang sesuai dengan varian rasa buah. Warna-warna yang akan digunakan pada kemasan adalah warna kuning, oranye, hijau, coklat, dan warna netral yang akan disesuaikan. Warna yang digunakan tersebut senada, dapat dipadukan dan juga menyesuaikan dengan warna dari kemasan primer yang digunakan. Pada pengaplikasian warna yang digunakan akan cenderung cerah karena bertujuan untuk menonjolkan warna khas Lombok yang cenderung menggunakan warna cerah.

Warna dengan gaya desain *simplicity* yang akan digunakan juga diadaptasi dari baju adat budaya sasak saat nyongkolan (pernikahan suku sasak) yaitu mayoritas pengantin menggunakan warna dasar gelap dengan kombinasi sedikit bordiran pada baju dan bawahan yang bermotif kain songket khas Pulau Lombok dengan menggunakan warna yang lebih terang.

Merek/Logo/Brand Name

Merek/*Brand* yang akan digunakan untuk produk dodol adalah Warna Sari. Pada perancangan desain kemasan ini juga akan dibuatkan logo yang sesuai dengan identitas dari UD. Warna Sari.



Gambar 4. Final Logo Warna Sari.

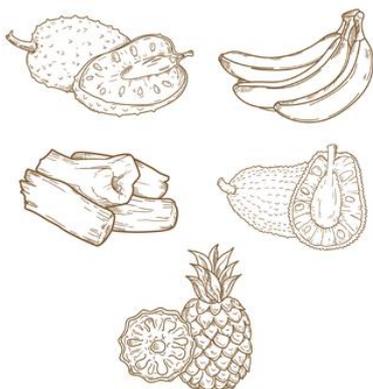
Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan pada perancangan desain kemasan dodol UD. Warna Sari adalah Ilustrasi varian rasa di setiap kemasan, seperti nangka, sirsak, pisang, tape, nanas dan akan dikombinasikan dengan desain motif subhanale kain tenun khas Lombok yang akan dijadikan suatu *pattern* dalam desain kemasan dodol UD. Warna Sari, kemudian beberapa ornamen isian kain tenun songket Lombok juga akan digunakan pada logo, tujuannya untuk menunjukkan suatu kekhasan dari produk Pulau Lombok dan dapat memberikan suatu identitas yang jelas sebagai oleh-oleh khas Pulau Lombok. Beberapa Ilustrasi/gambar yang digunakan nantinya akan ditampilkan dengan menggunakan teknik digital

Ilustrasi motif subhanale ini khasnya memiliki bentuk bunga geometris yang dikelilingi motif geometris. Ilustrasi pada ornamen motif subhannale pada kain tenun Lombok memiliki makna yang berhubungan dengan spiritual yaitu Yang Maha Esa atau Yang Maha Kuasa, hal ini dikarenakan pada proses pembuatan kain motif subhanale yang sangat rumit, membuat para gadis yang menenun harus bersabar dan akhirnya berserah kepada Tuhan Yang Maha Esa, ketika proses penenunan ini selesai gadis yang menenun mengucapkan kata subhanallah atau subhannale sebagai penguap syukur. Kata subhannale merupakan kata yang diambil dari bahasa arab subhanallah yang berarti Maha Suci Allah. Masyarakat Desa Sukarara mengucapkan kata subhanallah dengan ucapan subhannale karena dipengaruhi oleh dialek setempat.



Gambar 5. Pattern Desain.



Gambar 6. Ilustrasi buah.

Jenis Font/Tipografi

Jenis *font* yang akan digunakan dalam kemasan dodol UD. Warna Sari adalah *script* dan dipadukan dengan *sans serif*. *Font script* akan digunakan pada logo, dengan tujuan untuk membuat kesan elegan, modern dan memiliki keunikan tersendiri sehingga dapat menunjukkan bahwa Warna Sari ini merupakan merek camilan tradisional sejak dulu, kemudian akan lebih konsisten dengan perpaduan ornamen *pattern* yang nantinya akan digunakan pada kemasan, sedangkan *font sans serif* akan digunakan pada bagian *bodycopy* dan informasi tentang produk, karena akan lebih mudah terbaca dengan jelas.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuv
0123456789
.,:;!?"@#\$%&*{|\}

Gambar 7. Font Caviar Dreams Bold.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuv
0123456789
., @ \$ ^

Gambar 8. Font Beach Society.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
nopqrstuvwxyz
0123456789!?

Gambar 9. Font She Always Walks Alone.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÅ
abcdefghijklmnop
tuvwxxyzàáéîõøü&12
34567890(\$£€. ,!?)

Gambar 10. Font Square 721 BT.

Komposisi/Tata Letak

Penataan elemen-elemen visual seperti logo, ilustrasi, *pattern*, dan informasi-informasi terkait produk pada kemasan dodol akan diperhatikan dan dikomposisikan agar menjadi senada dan harmonis. Pada logo Warna Sari sebagai identitas produk dan ilustrasi varian buah nantinya akan diletakkan pada bagian depan kemasan agar terlihat menonjol, kemudian ornamen *pattern* yang digunakan akan diletakkan pada bagian depan yang berada di samping logo kemasan, sedangkan informasi-informasi produk akan dibagi menjadi beberapa bagian dan diletakkan pada bagian belakang kemasan. Ukuran logo dengan ilustrasi juga akan disesuaikan agar enak dipandang. Dalam merancang suatu kemasan, penataan ini sangat penting dan berpengaruh dalam meningkatkan nilai estetika sesuatu produk.

Final Desain



Gambar 11. Desain Stiker Pada Kemasan Primer

Pengaplikasian stiker logo pada kemasan primer tujuannya utamanya untuk membedakan dari produk kompetitor karena menurut pengamatan, produk Warna Sari dan kompetitor tidak dapat dibedakan jika kemasan sekunder dibuka, kemasannya akan cenderung terlihat sama.



Gambar 12. Final Desain Kemasan Dodol 100gr.

Final kemasan dodol varian 100gr dibuat dengan ukuran 6cm x 8cm x 7cm menggunakan bentuk dasar segitiga. Kemasan ini dapat memuat 7 hingga 8 dodol tergantung besarnya dodol dengan berat 100gr. Sistem buka tutupnya menggunakan pengait yang terletak di samping sebelah kanan dan didukung dengan perekat *transparant*.



Gambar 13. Final Desain Kemasan Dodol 200gr.

Final kemasan dodol 200gr sama dengan 100gr menggunakan bentuk dasar segitiga, namun ukurannya lebih besar. Ukuran yang digunakan pada kemasan dodol 200gr adalah 6cm x 11cm x 10,3cm. Kemasan ini dapat memuat 17-18 dodol tergantung besar dodol dengan berat 200gr. Bahan kertas yang digunakan juga cukup kokoh dan kuat.



Gambar 14. Final Desain Kemasan Dodol 500gr.

Kemasan dodol 500gr dengan ukuran 11cm x 6cm x 22,5cm menggunakan bentuk dasar persegi panjang, namun jika ditutup bagian atas terlihat seperti segitiga, sehingga akan konsistensi dengan bentuk kemasan lainnya. Kemasan ini dapat memuat sekitar 47-48 dodol bahkan lebih tergantung berat 500gr yang akan ditimbang terlebih dahulu. Sistem buka tutupnya cukup sederhana, dengan menarik bagian tutup dari kemasan yang ada di belakang dan dapat ditutup kembali dengan mudah.



Gambar 15. Final Desain Kemasan Dodol isi 5 rasa ukuran kecil.

Kemasan ini berisi 5 rasa dodol, dari varian netto 100gr dan dapat dijadikan sebagai kemasan spesial oleh-oleh. Bentuk dasar dari kemasan ini mengikuti kemasan dari varian netto 100gr, yaitu segitiga akan tetapi memanjang mengikuti bentuk. Kemasan ini dibuat dengan ukuran 30,7cm x 8,1cm x 7,3cm. Pada kemasan, dibuat dengan teknik *cutting* di area

bagian bawah dengan tujuan untuk memperlihatkan varian - varian rasa buah dari dodol, agar terlihat lebih menarik. Sistem buka tutupnya dengan membuka pada bagian atas kemasannya, sehingga kenamaan produk dapat terjamin dan kemasan bisa dengan mudah dibuka.



Gambar 16. Final Desain Kemasan isi 5 rasa ukuran besar.

Kemasan isi 5 rasa ukuran besar ini konsepnya sama dengan ukuran kecilnya, namun hanya ukurannya saja yang berbeda. Kemasan ini juga dibuat untuk kemasan dodol isi 5 rasa dengan varian netto 200gr. Ukuran yang digunakan adalah 31,2cm x 11,3cm x 9cm. Bahan yang digunakan pada kemasan ini juga kokoh dan kuat agar dapat menampung berat dari produk. Kemasan ini juga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh dengan jumlah dodol yang lebih banyak dari yang varian netto 100gr.



Gambar 17. Final Desain Paperbag.

Kemasan *paperbag* ini berbentuk pola dasar persegi panjang dengan ukuran 19,5cm x 10,8cm x 27,7cm. Kemasan ini dibuat sebagai kemasan pendukung

saat pembelian produk dodol, sehingga dapat lebih mudah dibawa dan bisa menampung banyak barang. Selain itu, kemasan *paperbag* ini dibuat dengan menggunakan desain logo dari Warna Sari yang dapat bermanfaat sebagai media promosi yang dapat menonjolkan identitas dari Warna Sari. Selain bisa digunakan kembali, *paperbag* dapat didaur ulang, ramah lingkungan, harganya tidak terlalu mahal dan praktis untuk digunakan.



Gambar 18. Final Desain Paperbag Bentuk Segitiga ukuran Besar dan Kecil.

Kemasan *paperbag* dengan bentuk ini dibuat sebagai inovasi dari kemasan segitiga sebagai kemasan spesial oleh-oleh. Kemasan kecil untuk yang membeli produk satuan, dibuat dengan ukuran 19cm x 18cm x 22cm, sedangkan kemasan besar untuk kemasan isi 5 rasa, dibuat dengan ukuran 19,5cm x 10,8cm x 27,7cm.



Gambar 19. Final Desain Kardus Untuk Pengiriman produk UD. Warna Sari.

Final dari kemasan kardus ini berbentuk pola persegi panjang dengan ukuran 31,5cm x 24,5cm x 26,5cm. Kemasan ini dibuat untuk pengiriman produk, karena pemasaran produk UD. Warna Sari saat ini telah sampai ke luar daerah Pulau Lombok sehingga diperlukan kardus.



Gambar 20. Kartu Nama UD. Warna Sari Sebagai Media Pendukung.

Hasil Pengujian Kemasan

Setelah kemasan dicetak, kemudian kemasan akan diuji untuk dapat mengetahui apakah telah memenuhi standar kriteria kemasan yang baik. Dari faktor keamanan, kemasan dapat melindungi produk sehingga tidak mudah penyet atau berubah bentuk karena perancangan kemasan ini menggunakan material *artpaper* yang kokoh dan tebal dengan *finishing* menggunakan laminasi agar kualitas material tetap terjaga. Dari sisi ergonomi, kemasan dapat dengan mudah dibuka, maupun dalam mengambil produk dengan sistem buka tutup yang terkunci dan menggunakan perekat.

Kemudian dari faktor estetika dan identitas, bentuk kemasan yang dirancang memiliki daya tarik tersendiri karena berbeda dengan kompetitor yang cenderung menggunakan bentuk dasar persegi panjang dan berbahan dasar plastik. Dari segi identitas, kemasan sudah memiliki identitas yang jelas dengan menggunakan material, logo, gaya ilustrasi, maupun tata letak yang seragam. Identitas yang dibuat juga berupa *pattern* dari motif kain songket khas Lombok, yang dapat menonjolkan produk dodol Warna Sari yang khas dari Pulau Lombok, sehingga kemasan juga sekaligus dapat memenuhi faktor dalam komunikasi dan promosi produk. Jadi berdasarkan hasil pengujian secara keseluruhan kemasan sudah dapat memenuhi kriteria kemasan yang baik.

Kesimpulan

Destinasi wisata yang cukup banyak diminati adalah Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat, sehingga semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke

Pulau Lombok. Hal ini membuat persaingan penjualan oleh-oleh semakin meluas. Dodol Suranadi menjadi salah satu camilan khas Lombok yang banyak diminati sebagai oleh-oleh. UD. Warna Sari adalah salah satu perusahaan yang memproduksi dodol Suranadi sejak tahun 1989, akan tetapi seiring dengan berkembangnya jaman saat ini sudah semakin banyak yang membuka usaha *home* industri dan menarik minat konsumen dengan berbagai inovasi kemasan yang lebih menarik.

Melalui analisa ini ditemukan bahwa kemasan dodol dari UD. Warna Sari memiliki permasalahan dari segi visual yang cenderung mirip dengan kompetitor, sehingga kurang memberikan ciri khas tersendiri bagi produk, kemudian dilihat dari karakteristik dodol yang lunak, kemasan plastik yang digunakan kurang kokoh dan kuat membuat dodol mudah berubah bentuk atau penyet. Sehingga dengan dirancangnya kemasan dodol UD. Warna Sari ini diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan-permasalahan yang ada. Kemasan dapat menampilkan identitas yang jelas sebagai oleh-oleh khas Pulau Lombok, dengan memenuhi kriteria dan karakteristik dari produk, baik dari segi inovasi dan estetika dengan menampilkan beberapa elemen desain khas Lombok yang membuat kemasan lebih menarik dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Kemasan yang dirancang ini juga dapat menjadi sarana media komunikasi sekaligus promosi yang didukung dengan memiliki identitas dan informasi yang jelas sebagai produk dodol yang khas dari Pulau Lombok.

Saran

Dalam merancang sebuah kemasan tampaknya mudah dan sederhana, namun kenyataannya dalam mendesain sebuah kemasan sesungguhnya banyak yang harus dipertimbangkan dan diperhatikan, dari sisi keamanan produk, identitas, komunikasi, serta estetika visual produk seperti logo, ilustrasi, warna, tata letak, yang harus diseimbangkan menjadi satu kesatuan. Bahan dengan karakteristik produk juga harus diperhatikan agar sesuai.

Sebelum merancang kemasan, sebaiknya melakukan observasi mendalam terlebih dahulu terhadap produk karena dalam pembuatan struktur kemasan tidaklah mudah dan akan memakan cukup banyak waktu, sehingga ada baiknya mempelajari detail dari kemasan yang akan dibuat, seperti ukuran kemasan, bentuk kemasan yang akan dirancang, sifat-sifat produk yang akan dirancang agar menjadi kemasan yang dapat memenuhi kriteria. Namun latar belakang permasalahan, kelebihan dan kelemahan produk juga penting untuk di observasi agar nantinya kemasan dapat dirancang dengan efisien, sesuai kebutuhan dan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang ada.

Daftar Pustaka

- Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana 2* (1), 92-103.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sari & Suryadi, M. (2018, Januari 16). UD. Warna Sari. (V. Davita, Pewawancara)
- Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual : Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yulianti, A. (2011, November 4). Berkunjung ke Hutan Wisata dan Menikmati Makanan Khas Suranadi. Detik Travel. Retrived Desember 29, 2017, from https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-1760206/berkunjung-ke-hutan-wisata-dan-menikmati-makanan-khas-suranadi
- Yustitia. "Mengatasi Lelah dengan Berkunjung ke Taman Suranadi". 10 Juli 2013. <http://lombok.panduanwisata.id/wisata-religi/mengatasi-lelah-dengan-berkunjung-ke-taman-suranadi/>