

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI PASAMAN

JURNAL

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :

**RAHMAN EFENDI
1305418 / 2013**

**PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN
JURNAL**

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI, PASAMAN

Rahman Efendi

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Rahman Efendi "Perancangan Kemasan Bubuk Kopi Matahari Pasaman" untuk persyaratan wisuda periode September 2018 dan telah diperiksa dan disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 26 Juli 2018

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. M. Nasrul Kamal, M.sn
NIP. 19630202.199003.1.002

Pembimbing II



Riri Trinanda, S.Pd., M.sn
NIP. 19801023.200812.1.002

**Mengetahui:
Ketua Jurusan SeniRupa**



Drs. Syaifwan, M.Si
NIP.19570101.198101.1.010

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI PASAMAN

Rahman Efendi, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : Rahmanefendi261194@gmail.com

ABSTRAK

Karya akhir ini untuk mendapatkan kemasan bubuk kopi yang menarik dan dapat menambah *target audience* yang baru pula. Melalui perancangan kemasan premium diharapkan usaha ini dapat memiliki pengaplikasian identitas visual yang mampu menarik perhatian para khalayak konsumen sehingga ke depannya dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

Perancangan ini menggunakan teori desain komunikasi visual, media, warna, tipografi dan layout. Pengumpulan data dimulai dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya metode analisis data yang digunakan adalah SWOT (*Strenght, Weaknes, Oportuninty, Treatment*)

Perancangan ini menghasilkan kemasan berupa kaleng dan *stand pouch*. Selain media utama juga di lengkapi oleh beberapa media seperti poster, X banner, flyer, stiker mobil box, apron, kaos, kartu nama dan mug

Kata kunci : Desain Kemasan, Promosi, Bubuk Kopi Matahari

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI PASAMAN

Rahman Efendi, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : Rahmanefendi261194@gmail.com

ABSTRAK

This final work is to get an attractive package of coffee powder and can add a new target audience. Through the design of premium packaging, this business is expected to have a visual identity application that is able to attract the attention of the consumer audience so that in the future it can reach a wider target market.

This design uses visual communication theory design, media, typography color and layout. Data collection begins with observation, interviews and documentation. Furthermore, the data analysis method used is SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treatment)

Design produces cans and pouches. In addition to the main media is also equipped with several media such as posters, X banners, flyers, car box stickers, aprons, t-shirts, business cards and mugs

Kata kunci : Desain Kemasan, Promosi, Bubuk Kopi Matahari

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Sumatera Barat salah satu daerah yang mengembangkan perkebunan kopi. Kabupaten Pasaman salah satu daerah yang merupakan sentra pengembangan perkebunan kopi. Dalam pengembangannya komoditas kopi mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini selain dipengaruhi oleh perubahan harga berbagai komoditas perkebunan dan di samping itu, juga karena ditunjang oleh keadaan iklim dan tanah yang sesuai dengan syarat tumbuh bagi tanaman perkebunan.

Kopi Indonesia sekarang ini menempati peringkat ketiga terbaik di dunia dari segi hasil produksi. Kopi di Indonesia juga memiliki sejarah yang cukup panjang dan memiliki peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat di Indonesia. Indonesia diberkati dengan letak geografisnya yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi (*Sumber:Republika cetakan 4 Agustus 2017*). Sejarah kopi di Indonesia sudah melewati perjalanan panjang dari awal masuk hingga tersebar di penjuru nusantara. Maka tidak heran jika banyak penikmat kopi dari yang usia muda sampai usia tua.

Pasaman adalah kabupaten di provinsi Sumatera Barat yang banyak mempunyai perkebunan kopi karena mempunyai tanah dengan suhu udara tropis. Ada beberapa jenis kopi yang tumbuh di kabupaten Pasaman, namun mayoritas pabrik kopi di kabupaten Pasaman hanya memproduksi kopi jenis robusta. Kabupaten Pasaman memiliki beberapa pabrik yang memproduksi bubuk kopi yang kualitasnya cukup baik salah satunya pabrik Bubuk Kopi Matahari. Pabrik Bubuk Kopi Matahari adalah sebuah pabrik yang sudah

berdiri dari tahun 1978, dikelola oleh sebuah keluarga ayah dan anak yaitu bapak H. Rusli Lubis sebagai owner dan bapak Martin Moko sebagai maneger. Pabrik ini beralamat di Jl. Kuburan Duo Jembatan Belimbing, Pasaman Timur. Produksi Kopi Matahari ini diperkirakan 100 kg bubuk kopi per harinya.

Usaha bubuk kopi matahari ini sudah memiliki pasar yang terbilang luas. Tidak hanya di dalam kabupaten, pemasarannya sudah sampai di beberapa propinsi di pulau Sumatera seperti Pekanbaru, Dumai, Rokan Hulu, Padang Sidempuan, Sipirok dan Pematang Siantar. Target pasar yang dituju berupa warung kopi, toko klontong dan warung-warung makan. Saat ini Bubuk Kopi Matahari hanya menggunakan kemasan dari plastik kaca biasa, sementara industri-industri kopi lainnya sudah ada yang memakai kemasan yang menarik.

Bubuk Kopi Matahari ini sudah pernah mendapatkan penghargaan sebagai industri pangan terbaik pada tahun 2012 pada event tahunan yang diselenggarakan oleh dinas Pangan provinsi Sumatera Barat (*sumber : Martin Moko*). Saat ini Kopi Matahari belum memiliki kemasan yang menarik, disamping itu kemasan yang terbuat dari plastik kaca biasa itu memiliki efek samping seperti, mudah robek sehingga menurunkan kualitas dari rasa kopi tersebut, oleh sebab itu untuk melonjokkan penjualan produk Kopi Matahari diperlukan sebuah perancangan kemasan yang baru tanpa menghilangkan kemasan yang lama.

Penulis beralasan dengan perancangan kemasan untuk usaha Bubuk Kopi Matahari, dapat meningkatkan produksi dari usaha Kopi Mataharitersebut.

Produk ini membutuhkan suatu perancangan kemasan yang baru agar dapat menambah *target audience* yang baru pula. Melalui perancangan kemasan premium diharapkan usaha ini dapat memiliki pengaplikasian identitas visual yang mampu menarik perhatian para khalayak konsumen sehingga ke depannya dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Dengan kemasan premium yang baru ini, diharapkan produk ini juga bisa menembus mini market dan supermarket di beberapa kota di Sumatera Barat bahkan beberapa propinsi di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis akan mencoba merancang sebuah kemasan untuk Bubuk Kopi Matahari yang baru dengan tujuan meningkatnya minat beli dari *target audience*. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan diatas kedalam karya akhir dengan judul “Perancangan Kemasan Bubuk Kopi Matahari”, Pasaman.

Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga dapat digunakan sebagai promosi. Secara tidak langsung, tampilan suatu kemasan dapat menjadi iklan promosi terselubung bila ditampilkan di etalase atau pada saat pendistribusian. Semakin menarik konsep desain kemasan dan tata letaknya maka akan semakin memikat. Selain sebagai promosi tak langsung, kemasan juga dapat berguna sebagai *Brand Image/Citra Merek*. Kemasan dapat menjadi media untuk menancapkan citra merek kepada konsumen sehingga konsumen mudah mengingat dan fanatik untuk memilih produk. (Sumber : *Klimchuk dalam Rahmad hidayat, 2015:4*)

B. Metode Analisis Data

Metode analisis data yaitu proses atau urutan langkah-langkah pencarian data yang dilakukan dalam merancang sebuah kemasan. Dalam metode perancangan ini meliputi identifikasi permasalahan, ide perancangan, pengumpulan data. Untuk mengumpulkan data dari lapangan, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Ada berbagai metode, antara lain; wawancara dan observasi (pengamatan).

Analisis yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah SWOT. SWOT adalah analisis mengenai strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman).

1. Strength (kekuatan)

- a. Bahan baku banyak tersedia dan tempat produksi yang higienis.
- b. Berdiri Sejak Tahun 1978.
- c. Tekstur Bubuk Kopi yang halus.
- d. Pemasaran sudah sampai di luar provinsi Sumatera Barat.
- e. Tenaga terampil banyak tersedia.
- f. Terdapat label halal MUI.

2. Weakness (kelemahan)

- a. Penggarapan desain kemasan belum digarap secara maksimal.
- b. Keberadaan produk belum ada di *supermarket* dan *minimarket*.
- c. Kurangnya Promosi dengan menggunakan media pendukung.

3. Opportunity (peluang)

- a. memiliki jangkauan pasar yang luas.

- b. harga terjangkau.
 - c. Teknologi yang digunakan sesuai dengan SOP pabrik.
 - d. Didukung oleh pemerintah dalam pengadaan pabrik
4. Threat (ancaman)

Ancaman atau pesaing (kompetitor) adalah perusahaan kopi daerah yang juga memiliki kelebihan dari bubuk kopi matahari seperti rasa yang lebih enak. dan konsumen di daerah-daerah cenderung memilih rasa daripada kemasan yang menarik.

C. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan kemasan produk Bubuk Kopi Matahari ini adalah kemasan Kopi Matahari yang berbentuk Kaleng.

a. Kemasan kaleng

Ukuran : 15 cm x Diameter 7,5 cm
Warna : coklat, putih dan hitam
Material : Kaleng
Tekhnik : digital printing

b. Kemasan *Standing pouch*

Ukuran : 22 cm x 13 cm
Warna : coklat, putih dan hitam
Material : *Aluminium foil* dengan *zipper*
Tekhnik : digital printing

Konsep desain kemasan Bubuk Kopi Matahari Pasaman

a. Pada perancangan kemasan bubuk kopi ini tidak merancang ulang logo dari kemasan yang lama, dikarenakan penulis tidak ingin merubah citra perusahaan yang berdiri dari tahun 1978 ini. Konsep yang digunakan dalam perancangan ini berupa ilustrasi, warna dan tipografi. Pada ilustrasi penulis membuat gambaran kopi sebagai ikon dari kemasan ini. Warna yang digunakan pada kemasan ini adalah coklat dan putih karena kedua warna tersebut dapat mewakili karakteristik perusahaan dan visi dari kemasan yang baru ini.

b. Pesan visual Kemasan

1). Kemasan Bubuk Kopi Matahari ini dirancang dengan konsep modern dengan perpaduan warna yang hangat, sehingga terlihat mewah, simple dan elegant.

2). Font yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah *Califonian FB* dan *Centuri Gothic*. Font ini dipilih karena karakternya yang bersifat simple dan elegant.

Final Desain Kemasan

a. kemasan kaleng



Tinggi : 17 Cm

Diameter : 7,5 Cm

b.Kemasan pouch



Tinggi : 22 Cm

Lebar : 13 Cm

Final Desain Media Pendukung

a. Final Desain Poster



Poster Menggunakan bahan kerats *Art Paper* 180 gram dengan ukuran A2 dengan teknik digital printing.

2) Final Desain Flyer



Flyer merupakan salah satu media berukuran kecil dengan ukuran A5, menggunakan bahan Art paper dengan teknik digital printing.

3) Stiker Mobil Box



Menggunakan media mobil mainan dengan ukuran stiker box 24 cm x 12 cm dengan teknik digital

4) Apron



Apron menggunakan bahan *Cotton* dengan teknik sablon dengan ukuran 75 cm x 55 cm.

5) Xbanner



Xbanner berukuran 160 cm x 60 cm menggunakan bahan *vinyl* dengan teknik digital printing.

6) Kartu Nama



Gambar 47

Final Kartu Nama

Rahman Efendi

7) Mug



Gambar 48

Final Mug

Rahman Efendi

8) Kaos



Gambar 49

Final Kaos

Rahman Efendi

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan Perancangan Kemasan Bubuk Kopi Matahari dapat disimpulkan bahwa pada kemasan kopi ini terdapat sebuah identitas yang mencerminkan sebuah produk yang berasal dari Usaha Matahari, dengan bentuk yang menarik perhatian bagi konsumen yang melihatnya, dimana pada kemasan tersebut terdapat ikon kopi, dengan adanya kemasan baru bubuk kopi ini dapat dijadikan sebagai kemasan pendamping kemasan yang lama, yang dinilai kurang menarik. Tujuan akhir dari Perancangan Kemasan Bubuk Kopi Matahari, Pasaman adalah untuk mengenalkan kepada calon konsumen baru tentang produk kopi ini, yang pada akhirnya dapat meningkatkan omzet usaha kopi ini kedepannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil Perancangan Bubuk Kopi Matahari, Pasaman dapat disimpulkan beberapa saran yaitu :

1. Agar produk kopi matahari ini dapat bertahan di pasar, pemilik harus melakukan inovasi agar konsumen merasa tidak bosan dengan produk ini.
2. Untuk mengenalkan produk baru dari bubuk kopi matahari ini pada calon konsumen baru harus dilakukan sebuah promosi yang efektif untuk menarik minat beli konsumen.