

REDESAIN KEMASAN TUSUK TUSUK KUNTI

JURNAL

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



Oleh :

MIFTAHUR RAHMAH MASRIL

14027029/2014

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2018

Redesign *Tusuk-Tusuk Kunti* Packaging

Miftahur Rahmah Masril¹, Syafwandi², Riri Trinanda,³

Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Bahasa dan Seni

Email : mifathur.rahmah05@gmail.com

ABSTRAK

The existing Tusuk Tusuk Kunti packaging design is not safe for taking away and it could not keep the food quality, information about the product was not available, and the old design had not been a good promotion media yet.

Tusuk Tusuk Kunti packaging design which is more communicative, more interesting, and safer will be able to present message from Tusuk Tusuk Kunti. The purpose of this design is to introduce Tusuk Tusuk Kunti identity to people and being a good promotion media for reaching a larger trade.

The analysis method used in this design is SWOT (strength, weakness, opportunity, threats) analysis to find the solution from the problem encountered. Designing process starts from data collection, observation, and documentation to collect the data and observe directly without participating in the production from the beginning to the final. Supporting media to support main media are poster, apron, sticker, x-banner, t-shirt, menu list and banner.

Keywords: Redesign, packaging, food, snacks.

REDESAIN KEMASAN TUSUK TUSUK KUNTI

Miftahur Rahmah Masril¹, Syafwandi², Riri Trinanda,³
Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa Dan Seni
Email : mifathur.rahmah05@gmail.com

ABSTRAK

Desain kemasan Tusuk Tusuk Kunti yang sudah ada tidak aman dibawah jauh dan tidak dapat menjaga kualitas makanan didalamnya, informasi mengenai produk tidak ada, desain yang lama belum bisa menjadi media promosi yang baik.

Desain kemasan Tusuk Tusuk kunti yang lebih komunikatif, menarik, aman serta mampu menyampaikan pesan dari Tusuk Tusuk Kunti. Tujuan perancangan ini untuk mengenalkan identitas Tusuk Tusuk Kunti kepada masyarakat dan sebagai media promosi yang baik untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Metodeanalisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) untuk menemukan solusi dari masalah yang dihadapi. Proses perancangan dimulai dari pengumpulan data observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data dan mengamati langsung tetapi tidak ikut serta dalam proses pembuatan dari awal sampai akhir. Media pendukung yang digunakan untuk mendukung media utama diantaranya, poster, *apron, stiker, x-banner*, baju kaos, daftar menu dan spanduk.

Kata Kunci : Redesain, kemasan, makanan, jajanan.

A. Pendahuluan

Jajanan di Kota Padang saat ini pada umumnya adalah jajanan yang bercita rasa pedas. Tusuk Tusuk Kunti adalah salah satu jajanan di Kota Padang yang bercita rasa pedas. Menu yang disajikan disana berupa *frozen food*.

Frozen food yang dimaksud adalah berbagai macam bakso dengan beragam bentuk yang terbuat dari olahan ikan. Nama Tusuk Tusuk Kunti sendiri terinspirasi dari rasa pedas pada produk yang umumnya makanan pedas itu memiliki nama yang seram. Owner Tusuk Tusuk Kunti menggunakan nama hantu kunti untuk menggambarkan pedasnya juga karena hantu inilah yang memiliki tusukan di kepalanya. Tetapi owner belum memperhatikan masalah kemasan.

Kemasan dari Tusuk Tusuk Kunti sangat tidak memadai, tidak aman untuk dibawa, tidak bisa menjaga mutu makanan, dan tidak ada keterangan tentang produk. Apalagi kemasan terbuat dari plastik dan tidak baik untuk makanan panas. Kemasan ini tentu tidak dapat meningkatkan keuntungan karena tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dari tampilanpun kemasan juga tidak rapi atau berantakan.

Menurut Wismiarsi (2015: 3) mengemukakan bahwa "kemasan adalah wadah produk yang meliputi penampilan fisik wadah tersebut, termasuk desain, warna, pelabelan, bentuk, dan bahan yang digunakan".

Berdasarkan pengertian kemasan menurut para ahli diatas tentang kemasan, dapat disimpulkan bahwa kemasan merupakan wadah atau pembungkus produk yang disertai dengan desain, warna, label, bentuk dan material yang digunakan yang tentunya dapat menjaga produk didalamnya.

Berdasarkan observasi, dokumentasi dan wawancara bersama owner yang dilakukan tanggal 20 Januari 2018 bahwa, kemasan tidak aman jika dibawa dalam perjalanan jauh dan tidak dapat menjaga kualitas makanan di dalamnya karena kemasan tidak tertutup dengan baik sehingga saus di dalam kemasan bisa tumpah. Kemasan juga tidak menyertakan alamat produksi dan keterangan tentang produk sehingga banyak orang yang bertanya terbuat dari apa produk Tusuk Tusuk Kunti ini.

Berdasarkan uraian masalah-masalah tentang kemasan diatas, maka penulis meredesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti. Kemasan yang dirancang penulis adalah kemasan yang dapat menjaga produk didalamnya dengan baik dan disertai keterangan tentang produk dan tentunya dapat menjangkau pasar yang lebih luas untuk meningkatkan keuntungan.

Diharapkan melalui redesain ini melahirkan kemasan baru yang lebih komunikatif, menarik, aman, dan mampu menyampaikan pesan dari Tusuk Tusuk Kunti serta menjangkau pasar yang lebih luas.

B. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan redesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti yang penulis gunakan dalam penelitian dengan pendekatan *glass box*. Menurut (Metode Perancangan Arsitektur Edisi 1, hal 10 - 11) “Metode Perancangan ini dilakukan secara rasional dan logis oleh sang perancang terhadap karya yang akan dibuatnya.

Metode ini, analisa didalamnya dilakukan dengan lengkap bahkan bisa dilakukan dengan suatu proses pengujian bukan rancangan yang dilakukan dengan coba - coba tetapi berupa rancangan yang penuh makna dan logis. Strategi yang digunakan juga ditentukan dengan sangat matang.

Penulis meneliti dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian yang penulis gunakan adalah Redesain Kemasan Tusuk Tusuk Kunti. Data primer yang didapatkan melalui wawancara dengan owner Tusuk Tusuk Kunti di gerai Tusuk Tusuk Kunti beserta dokumentasi tentang kemasan lama yang digunakan juga tampilan gerai dan media - media promosi yang telah digunakan oleh owner.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dari kemasan Tusuk Tusuk Kunti dan peluangnya. Secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan dari kemasan dan ancamannya. Sehingga redesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti lebih sempurna.

Menurut Rangkuti, Freddy. (2004) didalam analisis SWOT menyimpulkan “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*)”.

Metode yang digunakan tersebut untuk menganalisis kemasan yang lama dan membedakan dengan kemasan yang baru. Berikut ini analisis data berdasarkan data yang didapat dilapangan ketika melakukan survei :**Kekuatan (*Strength*)** Kemasan mudah didapatkan di toko plastik dengan persediaan yang sangat banyak dan harga kemasan yang murah. Adapun **kelemahan (*Weakness*)** Kemasan tidak dapat menjaga mutu produk yang ada didalamnya , tidak menarik, dan tidak ada informasi tentang produk pada kemasan . **Peluang (*Opportunity*)** Kemasan berukuran standar pabrik plastik sehingga bisa ditemukan diseluruh Indonesia jika Tusuk Tusuk Kunti ingin membuka cabang dimana saja . **Ancaman (*Threats*)** Kemasan plastik tidak sehat untuk menjadi wadah makanan yang panas.

C. PEMBAHASAN

1. Media Utama

Media utama yang penulis gunakan dalam perancangan ini adalah berupa kemasan. Kemasan merupakan wadah atau pembungkus yang dapat melindungi makanan atau produk didalamnya dan membantu mencegah atau mengurangi kerusakan. Kemasan juga berfungsi untuk merangsang dan menarik pembeli. Kemasan yang lama akan di redesain untuk dapat melindungi produk didalamnya dan menjaganya agar tidak tumpah juga untuk memberikan informasi produk serta meningkatkan keuntungan.

Menurut *American Heritage Dictionary (2006)* *redesign means to make a revision in the appearance of function of* yang dapat diartikan membuat revisi dalam penampilan atau fungsi. Penulis merubah atau merevisi penampilan dan bentuk dari kemasan dan mengembalikan sesuai fungsi kemasan yang sebenarnya.

Melalui perancangan kemasan ini menampilkan pesan verbal dan visual yang berhubungan dengan produk Tusuk Tusuk Kunti dan dirancang semenarik mungkin dan mempunyai ciri khas tersendiri agar dapat menarik perhatian konsumen ketika di *display* dan konsumen dapat langsung mengenal kalau itu adalah produk Tusuk Tusuk Kunti dan tertarik untuk membeli atau mencobanya. Informasi tentang produk juga disampaikan dengan jelas pada kemasan agar konsumen tidak bertanya - tanya atau tidak bingung lagi terbuat dari apa produk ini karena namanya yang aneh dan bentuknya yang beragam atau unik. Kemasan juga dibagi menjadi dua yaitu kemasan kertas dan kemasan *frozen*. Kemasan kertas untuk mengemas produk yang siap untuk dimakan atau yg telah digoreng terlebih dahulu. Sedangkan kemasan *frozen* untuk mengemas produk yang masih mentah dan beku. Biasanya kemasan seperti ini diperuntukan bagi yang ingin menjadikan Tusuk Tusuk Kunti sebagai oleh - oleh atau akan dibawa dalam perjalanan jauh.

a. Ilustrasi

Ilustrasi adalah salah satu elemen yang penting digunakan dalam pembuatan sebuah kemasan agar kemasan terlihat lebih menarik bahkan memiliki ciri khas. Soedarso (1990) berpendapat bahwa “*illustrasi adalah seni gambar atau seni lukis yang diabdikan untuk kepentingan lain, yang memberikan penjelasan atau mengiringi suatu pengertian*”.

Ilustrasi yang digunakan pada desain kemasan Tusuk Tusuk Kunti yang baru adalah ilustrasi berbagai macam tusuk pada menu

yang disusun diagonal sehingga membentuk jadi sebuah pola *pattern*. Ilustrasi yang dibuat berupa *line art* berwarna kuning mengikuti warna pada kemasan serta label Tusuk Tusuk Kunti.

b. Tipografi

Dalam Perancangan redesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti tipografi juga sangat penting untuk diperhatikan. Tipografi yang digunakan dalam redesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti yaitu, Orator Std yang merupakan kategori font "sans serif", font ini penggunaannya memberikan kesan simpel dan elegan. Kemudian dipadukan dengan font Calibri yang merupakan keluarga rupa huruf tanpa kait dan berada dibawah "Microsoft Clear Typeh Font Collection" yang juga memberikan kesan simpel dan elegan. Font Orator Std digunakan pada *Headline* di *layout* kemasan Tusuk Tusuk Kunti. Sedangkan Font Calibri untuk *bodycopy* pada kemasan.

ABCDEFGHIJ

KLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

Font " Orator Std"

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

123456789

Font " Calibri "

c. Warna

Kombinasi warna yang digunakan pada desain kemasan memberi nilai tambah pada kemasan tersebut juga menjadi poin utama dalam meningkatkan penjualan karena warna dapat menarik perhatian konsumen. Warna hitam sangat mendominasi dalam desain kemasan ini karena warna hitam melambangkan sifat horor dari nama hantu

kunti yang digunakan juga sebagai pembeda ciri khas makanan pedas yang umumnya hanya menggunakan warna merah dan kuning saja. Tetapi pada desain ini warna merah dan kuning tidak mendominasi lagi. Warna merah dan kuning digunakan hanya untuk elemen garis dan font yang ada pada kemasan serta untuk beberapa bidang saja.

2. **Media Pendukung**

Media pendukung yang digunakan dalam Redesain Kemasan Tusuk Tusuk Kunti adalah: poster, *apron*, sticker, *x-banner*, baju kaos, daftar menu, dan spanduk.

D. FINAL DESAIN

1. Media Utama

a. Kemasan Kertas

Kemasan kertas Tusuk Tusuk Kunti Digunakan sebagai wadah tusuk yang telah matang atau telah digoreng dan siap makan dengan jumlah 3 - 6 tusuk . Desain ini dipilih karena lebih menjadi penarik perhatian dibandingkan dengan alternatif lainnya karena desain kemasan ini yang akan banyak digunakan dalam proses jual beli nantinya. Pola pattern yang terletak pada bagian bawah atau alas kemasan terkesan unik dan baru karena didesain ulang sesuai bentuk tusuk pada menu yang sangat beragam. Foto asli produk yang terletak pada tutup kemasan terlihat menggiurkan dan menarik perhatian orang untuk mencobanya dengan taburan bumbu dan saus kunti yang ditaruh pada sisi tusuk yang menjadi objek utama. Foto terkesan pedas gurih dan asam yang sangat menggiurkan. Deskripsi kontak dan menu terletak di sisi samping kemasan juga terdapat komposisi produk dan juga ada adab makan yang baik agar konsumen dapat menikmati makanan dengan baik.

Terdapat lidah pengunci pada tutup kemasan agar kemasan dapat tertutup dengan baik. Warna hitam yang digunakan membuat kemasan terlihat elegan juga sebagai pembeda dengan makanan pedas lainnya dengan paduan warna kuning yang hangat dan menarik. Desain kemasan dibuat menggunakan Photochop CS6 dan CorelDRAW X7. Kemasan kertas ini berukuran 20 x 10 x 4 cm di desain sesuai panjang produk dan lebarnya agar produk di dalamnya tidak terguncang dan tumpukan.



Kemasan kertas

b. Kemasan Frozen

Kemasan frozen merupakan wadah bagi produk yang masih mentah dan di simpan beku agar bisa dibawa menjadi oleh" kemana saja. Kemasan yang terbuat dari plastik container akan tersusun rapi di kulkas dan tidak akan tumpah. Desain kemasan mengikuti desain kemasan kertas dengan menggunakan foto asli produk dan juga terdapat cara penyimpanan dan cara penyajian sebelum di konsumsi. Kemasan ini berukuran 24 x 14 x 9 cm sehingga cukup besar untuk memuat banyak tusuk dan pas untuk oleh - oleh.



Kemasan Frozen

2. Media Pendukung

a) Poster



Poster

Poster adalah media yang dapat memberi informasi kepada konsumen tentang Tusuk Tusuk Kunti dengan di pasang pada dinding toko. Desain ini di pilih karena terlihat dinamis dengan pola diagonal dan tingkat keterbacaan yang baik juga foto produk yang terlihat menggiurkan. Desain terlihat elegan dengan warna hitam. Poster ini berukuran 40 x 60 cm atau setara dengan A2.

b) Apron



Apron

Apron digunakan sebagai atribut pegawai dari Tusuk Tusuk Kunti untuk dipakai di toko agar melindungi baju dari kotoran dan minyak. Desain ini dipilih karena terlihat unik dengan desain pattern pada bagian kanan apron dan sangat cocok dengan warna dasar hitam yg bisa dipadukan dengan apapun. Apron ini berukuran setengah badan dihitung dari pinggang ke lutut.

c) Sticker



Sticker

Stiker adalah media promosi yang bisa diaplikasikan di semua ruangan dengan ukuran yang tidak terbatas. Desain kemasan ini di pilih karena terlihat menarik dengan foto asli produk juga lengkap dengan merek dan kontak Tusuk Tusuk Kunti. Sticker ini didesain dengan ukuran diameter 5cm.

d) ***X-Banner***



X-banner

X-Banner adalah media yang digunakan untuk mrnyampaikan informasi tentang Tusuk Tusuk Kunti yang bisa di pasang berdiri pada stand Tusuk Tusuk Kunti. Desain ini dipilih karena terlihat dinamis sama seperti poster dengan pola diagonal dan warna hitam senada. Foto asli juga ada pada desain ini yang dapat dilihat jelas. *X-banner* didesain dengan ukuran 160 x 60 cm sesuai standar internasional.

e) **Baju Kaos**



Baju Kaos

Baju Kaos adalah atribut yang digunakan pegawai Tusuk Tusuk Kunti agar lebih mudah dikenali konsumen dan bisa di bedakan dengan orang lain juga akan terlihat leebih menarik. Kaos dipilih karena lebih santai dan nyaman. Desain ini dipilih karena terlihat simpel dan elegan dengan warna hitam dan merek di bagian dada serta laber di bagian punggung. Baju ini juga dapat disesuaikan dengan pemakaian *apron* di pinggang. Ukuran baju di sesuaikan dengan ukuran badan pegawai ada ukuran L dan XL.

f) Daftar Menu



Daftar Menu

Daftar menu akan di letakkan di meja kasir agar konsumen dapat memilih menu yang mereka suka dan langsung membayarnya. Desain ini dipilih karena mudah di pegang dengan ukurannya dan terlihat menarik dengan warna hitam dan foto asli produk . Daftar menu ini berukuran A4 agar terlihat jelas dan tetap nyaman ketika dipegang oleh pelanggan yang sedang memilih menu.

g. Spanduk



Spanduk

Spanduk adalah salah satu media promosi yang dipasang menggantung dan biasanya berukuran besar agar lebih terlihat dan terbaca. Desain ini dipilih karena terlihat menarik dengan foto produk yang besar dan *layout* yang rapi serta tingkat keterbacaan yang baik. Spanduk didesain dengan ukuran 200 x 75 cm sesuai dengan ukuran tempat spanduk akan dipasang pada gerai Tusuk Tusuk Kunti.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan Redesain Kemasan " Tusuk Tusuk Kunti " dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan sebuah desain, perlu beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman serta alasan dalam melakukan redesain kemasan. Redesain kemasan "Tusuk Tusuk Kunti" ini bukan hanya sebagai bentuk visualisasi dari kemasan tetapi juga sebagai pelindung dan media promosi dalam upaya mengenalkan produk Tusuk Tusuk Kunti dengan ciri khas dari produk yang di tampilkan . Redesain kemasan sangat mempertimbangkan berbagai aspek termasuk kedalam tujuan perusahaan dan promosi produk agar dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan.

Redesain Kemasan Tusuk Tusuk Kunti menghasilkan desain kemasan baru yang lebih komunikatif dan dapat mendeskripsikan produk Tusuk Tusuk Kunti itu seperti apa dan terbuat dari apa, serta dua jenis kemasan yaitu kemasan kertas dan kemasan *frozen* yang telah dipertimbangkan bentuk dan ukurannya sesuai produk yang ada di dalamnya, serta ilustrasi, foto, warna , dan tipografi yang di rancang semenarik mungkin sesuai karakter produk agar dapat mencapai tujuan sebuah promosi untuk meningkatkan keuntungan.

Elemen - elemen dalam kemasan yang baru akan diterapkan pada media pendukung (media cetak dan digital) , agar seluruh target audiens dari Tusuk Tusuk Kunti dapat terjangkau dengan baik

F. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan redesain kemasan Tusuk Tusuk Kunti di atas penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Agar kemasan Tusuk Tusuk Kunti yang baru dapat diterima dan dikenali oleh target audiens serta dapat melindungi produk dengan baik.
2. Kemasan yang baru juga diharapkan bisa menjangkau pasar yang lebih luas sehingga bisa meningkatkan keuntungan semaksimal mungkin bagi perusahaan.
3. Bagi UKM yang belum memperhatikan kemasan mereka, mereka harus mulai memikirkannya agar bisa menunjang proses jual beli dan dapat menjaga produk yang dipasarkan.

Daftar Rujukan

- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1-20.
- Ratodi, Muhammad., ST. 2017. *Metode Perancangan Arsitektur Edisi 1*. Nulisbuku.com. (diakses 1 Agustus 2018)
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pramesti, A. M., Handajani, R. P., & Martiningrum, I. (2016). Perancangan Kembali Museum Airlangga Kota Kediri. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur*, 4(4).