

**PERANCANGAN KEMASAN RENDANG TELUR ROSDIANA DI KOTA
PADANG**

JURNAL

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



Oleh :

**MAHDIANSYAH
1302907 / 2012**

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

PERANCANGAN KEMASAN RENDANG TELUR ROSDIANA DI KOTA PADANG

Mahdiansyah, Eliya Pebriyeni, Dini Faisal
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : mds.juve@gmail.com

ABSTRAK

Karya akhir ini untuk mendapatkan kemasan makanan tradisional yang sudah diperbarui hingga menarik dan dapat menambah *target audience* yang baru. Melalui perancangan kemasan 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 kotak persegi panjang. Selain media utama juga dilengkapi oleh beberapa media seperti poster, X banner, baju kaos, stiker, pin, kalender dan kartu nama

Kata kunci : Desain Kemasan, Promosi, Rendang Telur Rosdiana

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

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI PASAMAN

Mahdiansyah, Eliya Pebriyeni, Dini Faisal
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : mds.juve@gmail.com

ABSTRACT

This final work is to get traditional food packaging that has been updated to be interesting and can add a new target audience. Through packaging design it is hoped that this business can 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)

This design produces packaging in the form of a rectangular box. Besides the main media also equipped by several media such as posters, X banners, t-shirts, stickers, pins, calendars and id cards.

Kata kunci : Desain Kemasan, Promosi, Rendang Telur Rosdiana

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

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Indonesia negara sangat luas, memiliki suku dan bangsa yang sangat banyak. Beragam tradisi adat dan budaya yang kaya pada negeri ini. Begitu pula dengan makanan khas disetiap daerah masing-masing, yang menciptakan variasi berbagai bentuk produk olahan makanan yang dikonsumsi, sehingga setiap daerah memiliki makanan khas yang membuatnya berbeda dengan daerah lain.

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang menghasilkan beragam makanan khas yang banyak digemari di Indonesia, salah satunya adalah Rendang. Makanan khas Minangkabau ini sudah terkenal di Indonesia, bahkan salah satu merek mie instan membuat produknya memiliki rasa Rendang.

Di kota Padang terdapat beberapa produksi makanan Rendang dan sudah divariasikan dalam bentuk yang menarik, salah satunya *Rendang Telur*. *Rendang Telur* ini adalah makanan yang berasal dari Payakumbuh, namun sudah tersebar banyak di kota-kota yang ada di Sumatera Barat. Salah satunya ada di kota Padang yaitu *Rendang Telur Rosdiana*, nama Rosdiana berdasarkan dengan nama pemiliknya yaitu ibu Rosdiana, beliau berasal dari Payakumbuh yang menetap di kota Padang sejak menikah sekitar 26 tahun yang lalu.

Rendang Telur Rosdiana ini adalah produk makanan khas Minangkabau berbentuk keripik yang terbuat dari telur yang diolah dengan adonan bumbu Rendang. Produk ini berisi sebanyak 250gr perbungkusnya

yang telah dibungkus dengan plastik dengan rapi. *Randang Talua* Rosdiana ini adalah usaha rumahan yang beralamat Komplek Filano Jaya blok D1 No. 10 kel. Kubu Dalam Parak Karakah, kec. Padang Timur kota Padang yang sudah berdiri dari tahun 2009. Makanan ini diedarkan di toko oleh-oleh ataupun mini market seperti Wahyu Swalayan, Mahkota, Buk Kai dll.

Randang Telur ini memiliki rasa yang enak dan gurih, serta terdapat kandungan gizi didalamnya, Vitamin A, Vitamin B6 dan B12, Vitamin D, Kalsium, Zat besi dan Magnesium. Hal itu dikarenakan bahan dasar yang terbuat dari telur.

Saat ini sudah banyak muncul makanan tradisional siap saji yang beredar di Sumatera Barat, membuat *Randang Telur* Rosdiana kurang menjadi pilihan utama. Hal tersebut membuat *Randang Telur* Rosdiana kurang mengalami peningkatan dan perkembangan seperti yang diharapkan.

Salah satu hal yang diperhatikan adalah bentuk kemasan dari *Randang Telur* Rosdiana. Berdasarkan pengamatan penulis kelapangan bulan Oktober tahun 2017 di komplek Filano kota Padang, kemasan *Randang Telur* awalnya sederhana yaitu dengan menggunakan plastik bening yang di pres untuk tutup plastiknya. Kemasan ini membuat penulis ingin menjadikannya lebih baik lagi.

Penulis mencoba menambahkan kemasan *Randang Telur* Ibu Rosdiana dengan sebuah kemasan kotak pada bagian luarnya, sehingga menjadi lebih baik dan membedakan produk *Randang Telur* Rosdiana dengan produk makanan lainnya. Kemasan yang akan dirancang Penulis diharapkan

berpotensi untuk meningkatkan citra baru terhadap *Rendang Telur* Rosdiana, sebagai produk terbaik dari produk makanan khas tradisional lainnya.

Perancangan kemasan *Rendang Telur*, diharapkan dapat menjadikan sebagai makanan Tradisional yang lebih dikenal oleh khalayak luas dan bisa berkembang seperti yang diinginkan dan sekaligus dapat mempromosikan *Rendang Telur* Rosdiana. Oleh karena itu penulis mengajukan judul Karya Akhir ini sebagai berikut “*Perancangan Kemasan Rendang Telur Rosdiana Di Kota Padang*”.

Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga dapat digunakan sebagai promosi. Secara tidak langsung, tampilan kemasan bisa menjadi promosi jika ditampilkan saat pendistribusian. Jika konsep desain kemasan menarik, serta tata letaknya maka produk akan bisa memikat konsumen. Selain 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 Hidayat, 2015:4*)

Pengemasan ialah aktivitas merancang untuk memproduksi bungkus dari suatu produk. Fungsi utamanya adalah menjaga produk dari kerusakan. Saat ini kemasan menjadi faktor penting untuk promosi dan pemasaran.

Didalam bahasa Indonesia yang secara harfiah, pengertian *packaging* artinya adalah kemasan atau bungkus dari sebuah makanan. Maka sederhananya kemasan bisa diartikan sebagai alat yang berguna untuk

melindungi, agar produk tersebut aman didalamnya serta bisa memberi kesan yang baik untuk menarik perhatian penggunanya.

Menurut Chandra (2016)

kemasan yang baik adalah kemasan yang bisa melindungi isi produk tersebut terhadap cuaca dan proses alam lainnya. Kemasan juga digunakan sebagai wadah agar barang mudah dibawa, tetapi harus juga bisa berkomunikasi agar bisa menerangkan dan merefleksikan produk, citra, brand atau merk yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari promosi dan pemasaran, tentunya dengan pertimbangan mudah untuk dikenali, dilihat, dipahami, dan diingat.

Kemasan juga dapat berperan untuk mengkomunikasikan suatu citra tertentu. Setiap produk yang harus diedarkan haruslah memiliki kemasan yang baik dan menarik. Karena produk akan berdampingan dengan produk lainnya dengan kategori yang sama. Jika berkeinginan membuat produk baru, maka produsen harus membuat kemasannya *stands out*, berbeda dan unik. Jika tidak ada perbedaan maka produk baru itu tidak akan bisa bersaing dan kemungkinan akan “tenggelam”. Dikarenakan konsumen akan melihat dari luar dulu sebelum mencoba produknya.

Kemasan yang dirancang dengan baik dan menarik, bisa membuat kualitas merek dan dapat meningkatkan penjualannya. Kemasan adalah bagian utama yang akan dilihat pembeli, sehingga pembeli mau membeli atau tidak dari produknya. Biasanya produsen melakukan pengemasan agar dapat menarik minat dari konsumen terhadap barangnya. Untuk memberikan kesan yang baik pada produknya, produsen harus berusaha menciptakan kemasan yang baru dan berbeda agar bisa bersaing dengan produsen lain yang memproduksi produk yang sama.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pendapat ahli diatas, kesimpulannya adalah kemasan dapat diartikan sebagai tempat atau bungkus untuk sebuah hasil produksi yang berfungsi untuk melindungi produk tersebut dari kerusakan. Dan selain sebagai pelindung, kemasan juga berfungsi daya tarik untuk promosi perusahaan, agar konsumen dapat berminat untuk mengkonsumsinya.

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 data yang dikumpulkan. Untuk mendapatkan data dilapangan, maka perlu melakukan dengan beberapa metode, seperti; wawancara dan observasi.

Analisis yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang membahas tentang strenght (kekuatan), weakness (kelemahan), opportinities (peluang) dan threats (ancaman).

1. Strength (kekuatan)

- a. Bahan alami dan tidak menggunakan pengawet.
- b. Kadaluarsa lebih dari 2 bulan.
- c. Mengandung vitamin, protein dan zat besi.
- d. Telah diverifiaksi oleh BPOM.

2. Weakness (kelemahan)

- a. Kemasannya yang masih sangat sederhana.
- b. Promosi yang belum terlalu maksimal.
- c. *Rendang Telur* Rosdiana belum memiliki merk dan logo yang menarik

3. Opportunity (peluang)

- a. *Rendang Telur* merupakan makanan Tradisional yang unik, karna perpaduan telur dan rendang dijadikan dalam bentuk kerupuk, rasa yang enak, dan banyak fungsinya.
- b. Makanan ini akan diletakkan di toko oleh-oleh, namun tidak seperti oleh-oleh pada umumnya yang ada di Padang, seperti keripik sanjai, keripik balado dll.
- c. Dengan kemasan yang baru dan menarik akan meningkatkan promosi dari makanan Tradisional *Rendang Telur*.

4. Threat (ancaman)

- a. Munculnya produk-produk tradisional lainnya yang juga berbasis di Sumatera Barat maupun dari luar.
- b. Peningkatan harga dengan kemasan yang baru.

C. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan kemasan Rendang Telur Rosdiana adalah kemasan yang berbentuk kotak persegi panjang.

Ukuran : 23,5 cm x 13 cm x 5 cm

Warna : coklat, kuning dan putih

Material : Duplex paper

Tekhnik : digital printing

Konsep desain kemasan Rendang Telur Rosdiana

a. Pada perancangan kemasan Rendang Telur ini, penulis merancang ulang logo dari kemasan yang lama, dikarenakan logo atau merek yang lama hanya berupa tulisan biasa. Konsep yang digunakan dalam perancangan ini berupa ilustrasi, warna dan tipografi. Pada ilustrasi penulis membuat gambaran Rendang Telur sebagai ikon dari kemasan ini. Warna yang digunakan pada kemasan ini adalah coklat karena warna tersebut dapat mewakili karakteristik perusahaan dan visi dari kemasan yang baru ini.

b. Pesan visual Kemasan

1). Terdapat pesan dalam perancangan kemasan produk *Rendang Telur* Rosdiana ini memiliki kesan yang moderen namun tidak menghilangkan ciri khas tradisionalnya. Diharapkan rasa khas

pada *Rendang Telur* mampu bersaing dengan kompetitornya, sehingga dengan kemasan yang baru orang dapat semakin tertarik dengan produk *Rendang Telur* dan memiliki kesadaran bahwa kemasan tersebut adalah kemasan dari produk *Rendang Telur* Rosdiana, sehingga *value* produk dapat meningkat dan kepercayaan konsumen terhadap produk beserta *brand* terjaga.

- 2). Beberapa jenis font digunakan dalam perancangan kemasan ini ialah *Sweet Sensation Personal Use*, *Futura*, *Monrad Grotesk*, *Akadora* dan *Lobster*. Font ini dipilih karena karakternya yang bersifat simple dan elegant.

Final Desain Kemasan

Media Utama



Gambar 1

Media utama kemasan *Rendang Telur* Rosdiana

(gambar oleh: Mahdiansyah)

Dalam perancangan kemasan produk makanan *Rendang Telur* ini, penulis menggunakan konsep desain kemasan yang minimalis dan modern, namun tetap memberikan sentuhan khas tradisional minang kabau dengan memasukkan motif ukiran “Singo mandongkak jo takuak kacang goreng” yang bermakna kebijaksanaan dalam memilih sesuatu dalam kehidupan. Dengan harapan produk *Rendang Telur* Rosdiana akan menjadi pilihan yang tepat bagi konsumen penikmat rendang telur dari pada membeli produk

kompetitor. Selain itu motif ukiran ini dapat mewakili identitas produk jajanan yang juga khas dari minangkabau.

Kemasan Rendang Telur ini mempunyai ukuran tinggi 23,5 cm dan lebar 13 cm, serta ketebalan 5 cm. Ukuran tersebut sudah mampu membungkus produk dengan efektif, tidak lebih dan tidak kurang.

Ditambah dengan ilustrasi Rendang telurnya yang terkesan menyatu dengan produk didalam kemasan karna adanya material mika transparan pada sisi depan kemasan serta pemilihan warna yang dekat dengan warna bumbu rendangnya, membuat penulis yakin alternatif kemasan yang pertama ini akan membuat produk semakin diminati konsumen.

Dalam perancangan kemasan produk makanan *Rendang Telur* ini, penulis menggunakan konsep desain kemasan yang minimalis dan modern, namun tetap memberikan sentuhan khas tradisional minang kabau dengan memasukkan motif ukiran.

Final Desain Media Pendukung



Gambar 1

Media utama kemasan *Rendang Telur* Rosdiana

(gambar oleh: Mahdiansyah)

Beberapa jenis media pendukung yang dipilih berdasarkan bimbingan beserta arahan dari dosen pembimbing melalui proses perancangan karya, diantaranya yaitu poster, *x-banner*, pin, baju kaos, stiker, kartu nama dan kalender. Semua media pendukung tersebut digunakan untuk media promosi produk *Rendang Telur*.

- a. Poster menggunakan bahan kerats *Art Carton* dengan ukuran 20 R + dengan teknik digital printing
- b. *X-Banner* merupakan salah satu media berukuran 160 cm X 60 cm, menggunakan bahan vynil dengan teknik digital printing.
- c. Pin menggunakan media yang berukuran 5 cm X 5 cm, yang menggunakan bahan alumunium koran.
- d. Menggunakan media baju kaos dengan ukuran L dan XL dengan teknik digital
- e. Stiker menggunakan bahan *sticker paper* dengan teknik print out dengan ukuran 6 cm x 6 cm.
- f. Kartu nama salah satu media pendukung yang berbahan *art paper*, dan berfungsi sebagai tanda pengenalan.
- g. Kalender merupakan media pendukung yang multifungsi untuk konsumen.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan kemasan makanan Tradisional *Rendang Telur* Rosdiana, maka perancang menyimpulkan sebagai berikut : Tujuan meningkatkan produk *Rendang Telur* Rosdiana kepada masyarakat luas, sehingga omset penjualan *Rendang Telur* Rosdiana dapat meningkat dan lebih dikenal masyarakat.

Perancangan kemasan makanan Tradisional *Rendang Telur* Rosdiana tidak hanya menggunakan media utama, bentuk kemasan (*packaging*) juga terdapat beberapa media pendukung didalamnya seperti poster, *x-banner*, baju kaos, kartu nama, pin, stiker dan kalender. Media pendukung juga berfungsi sebagai mempromosikan dengan singkat agar konsumen tertarik kepada makanan tradisional *Rendang Telur* Rosdiana.

B. Saran

Dalam perancangan kemasan pada sebuah produk, hal yang penting untuk dilakukan adalah melakukan observasi langsung ke tempat badan usaha tersebut agar menemukan data yang kongkrit dan masalah yang terdapat pada produknya. Setelah mengidentifikasi masalah-masalah yang ada, mulailah untuk membuat media yang akan dipergunakan agar promosi lebih meningkat lagi, dan permasalahan dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Hidayat, Rahmat. (2015). *Perancangan Kemasan Kerupuk Talas Dua Putra Di Nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam*. Universitas Negeri Padang.
- Chandra. Robby. (2016). *Perancangan Kemasan Makanan Rubik Ganepo Yanti Khas Padang Kandi Kab. 50 Kota*. Universitas Negeri Padang.