

**PERANCANGAN KEMASAN GULA AREN *ARTO MORO*
DAERAH PADANG KUBIN**

JURNAL



**UMARO RAHMAN
NIM. 14027125/2014**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN
JURNAL
“PERANCANGAN KEMASAN GULA AREN *ARTO MORO* DI DAERAH
PADANG KUBIN”

Umaro Rahman

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Umaro Rahman “Perancangan Kemasan Gula Aren Arto Moro Di Daerah Padang Kubin” untuk persyaratan wisuda periode September 2018 dan telah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 15 Agustus 2019

Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Budiwirman, M.Pd.
NIP. 19590417.198903.1.001

Pembimbing II



Dra. Zubaidah, M.Sn
NIP. 19570425.198602.2.001

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

PERANCANGAN KEMASAN GULA AREN *ARTO MORO* DAERAH PADANG KUBIN

Umara Rahman¹, Budiwirman², Zubaidah³
Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni
Email: umarorahman009@gmail.com

ABSTRAK

Arto Moro di Padang Kubin, Kabupaten 50 Kota merupakan sebuah usaha rumah tangga yang bergerak dibidang industri pengolahan gula aren. Pemasaran produk gula aren *Arto Moro* sudah mencakup sebagian besar pasar tradisional di daerah Kabupaten 50 Kota dan Kota Payakumbuh. Selanjutnya pihak *Arto Moro* hendak meluaskan penjualan produknya ke tempat perbelanjaan modern. Namun, pengemasan produk gula aren selama ini masih secara tradisional dengan menggunakan daun kering. Oleh karena itu pihak *Arto Moro* membutuhkan sebuah kemasan yang bisa menunjang penjualan produk di tempat perbelanjaan moderen. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan sebuah kemasan produk yang menarik, informatif dan komunikatif sehingga bisa menunjang penjualan produk di tempat perbelanjaan modern.

Metode yang dilakukan dalam perancangan kemasan ini adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oportunity, Treatment*) untuk menemukan solusi pada perancangan kemasan ini. Kemasan gula aren *Arto Moro* akan dirancang dengan konsep desain yang moderen, elegan, simpel namun tetap memperlihatkan nilai tradisional dalam produk.

Perancangan ini menghasilkan sebuah kemasan yang memiliki ciri khas sehingga menarik dan mudah untuk dikenali oleh konsumen. Kemasan ini nantinya juga akan didukung oleh beberapa media lainnya seperti poster, *X-banner*, celemek, faktur, kartu nama, sticker dan *paper bag* sebagai media untuk mendukung kegiatan usaha *Arto Moro*.

Kata Kunci: Perancangan, Kemasan, *Arto Moro*

¹Mahasiswa penulis karya akhir prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2019

²Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

PACKAGING DESIGN OF *ARTO MORO* PALM SUGAR IN PADANG KUBIN

Umara Rahman¹, Budiwirman², Zubaidah³
Visual Communication Design Studies Program
FBS State University of Padang
Email: umarorahman009@gmail.com

ABSTRAK

Arto Moro in Padang Kubin, Kabupaten 50 Kota is a household mice industry engaged in productions of palm sugar. The marketing of *Arto Moro* palm sugar products already covers most of the traditional markets in Kabupaten 50 Kota and Payakumbuh. *Arto Moro* wants to expand its product to modern shopping areas. However, packaging of palm sugar products still traditionally using dried leaves. Therefore, *Arto Moro* needs a package to support sales in the modern market. The purpose of this design is produce an attractive packaging, informative, and communicative so that can support the sale of products to modern market.

The methods used in this packaging design is SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Treatment) to find the design solution. The palm sugar packaging *Arto Moro* will be designed with a modern concept, elegant, simple but still shows the traditional impression.

This design produces a distinctive packaging that makes it easy for consumers to recognise. Letter packaging will also be supported by other media such as poster, x-banners, pron, invoices, business cards, stickers and paper bags as a media to support *Arto Moro*'s business activities.

Key words: Design, Packaging, *Arto Moro*

A. Pendahuluan

Badan Pusat Statistik (2017) menjelaskan bahwa Perusahaan Industri Pengolahan dibagi menjadi empat golongan yaitu, industri besar dengan tenaga kerja 20 – 99 orang, industri kecil dengan tenaga kerja 5 – 19 orang, industri rumah tangga dengan tenaga kerja 1 – 4 orang. Industri rumah tangga di daerah pedesaan dikenal sebagai penunjang kegiatan pertanian yang menjadi mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat pedesaan. Industri rumah tangga di setiap daerah berbeda karena terpengaruh oleh perbedaan karakteristik sumber daya. Perbedaan ini menjadi potensi yang bisa dimanfaatkan untuk membangun perekonomian.

Daerah Kabupaten 50 Kota tepatnya di Padang Kubin merupakan daerah dengan sumber daya alam yang melimpah. Salah satu sumber daya alam yang dimanfaatkan oleh masyarakat berasal dari tanaman aren. Bagian tanaman yang kerap dimanfaatkan oleh masyarakat yaitu air nira dari bunga pohon aren. Nira ini selanjutnya diolah untuk menjadikan gula aren atau disebut dengan gula *anau* oleh sebagian masyarakat. Gula aren termasuk kedalam jenis gula merah atau sering disebut gula jawa. Gula merah merupakan gula yang memiliki bentuk padat dengan warna coklat kemerahan hingga coklat tua. Menurut Badan Standarisasi Nasional Indonesia dalam Heryani (2016:35) “gula merah atau gula *palma* adalah gula yang dihasilkan dari pengolahan nira pohon palma yaitu aren (*Arangea pinnata Merr*), nipah (*Nypafructicans*), siwalan (*Borassus flabellifera Linn*), kelapa (*Cocos nucifera Linn*).” Keunggulan gula aren adalah proses larutnya kandungan gula ke dalam cairan tubuh membutuhkan waktu yang lama. Karena itu, gula aren mampu memnrikan energy dalam rentang waktu yang lebih panjang dibandingkan dengan gula pasir. Menurut Heryani (2016:38) gula aren memiliki manfaat sebagai sumber anti oksidan, mengobati dan mencegah anemia, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, menstabilkan kadar kolesterol dalam darah dan mengobati sariawan.

Arto Moro merupakan salah satu produsen gula aren yang berlokasi di daerah Padang Kubin, Koto Baru Simalanggang, Kabupaten 50 Kota. Usaha ini dirintis oleh bapak Dimas harjono sejak tahun 2001. Selain gula aren *Arto Moro* juga memproduksi produk gula merah yang berasal dari nira kelapa serta campuran nira aren dengan nira kelapa. Produk gula aren *Arto Moro* dijual ke padagang

tradisional di daerah Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota serta ke pengepul yang datang langsung ke tempat produksi *Arto Moro*. Berdasarkan observasi dan wawancara awal pada tanggal 24 September 2018 dengan bapak Dimas menyatakan bahwa terjadi penurunan penjualan produk gula aren *Arto Moro*.

Solusi yang hendak dilakukan oleh piha *Arto Moro* untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menggunakan kemasan khusus untuk produk gula aren. Penggunaan kemasan ini bertujuan untuk memasarkan produk gula aren *Arto Moro* ke pasar modern seperti *minimarket*, *supermarket*, dan *mall*. Tempat perbelanjaan modern umumnya memiliki kriteria khusus terhadap kemasan yang akan dipajang. Kriteria tersebut dapat mencakup ketahanan kemasan untuk melindungi produk, bentuk kemasan, identitas usaha, serta ikon – ikon pendukung seperti penggunaan label halal dan ikon penunjang lainnya. Kriteria ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen baik terhadap penjual maupun produsen. Hal ini tentu menjadi kendala bagi pihak *Arto Moro* untuk meluaskan penjualan produknya ke tempat perbelanjaan modern, karena selama ini pengemasan produk masih menggunakan cara yang tradisional. Oleh karena itu, sesuai dengan keinginan pemilik *Arto Moro* untuk menjual produk gula arennya ke pasar modern, maka *Arto Moro* perlu membuat kemasan yang mampu mendukung penjualan produknya di pasar modern.

Desain Komunikasi Visual yang bisa digunakan sebagai media komunikasi informasi yaitu kemasan (*packaging*). Kemasan pada hakekatnya berfungsi sebagai pelindung produk. Namun ketatnya persaingan usaha membuat fungsi kemasan berkembang menjadi media untuk mempromosikan produk. Kartajaya dalam Yuniarti (2018:2), mengatakan bahwa “teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dahulu orang mengatakan *packaging protect what it sells*, namun sekarang kenyataannya *packaging sells what it protects*”. Pendapat diatas menjelaskan bahwa suatu kemasan produk dapat mencerminkan kualitas produk itu sendiri. Semakin bagus dan menarik suatu kemasan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan calon pembeli untuk memilih produk tersebut. Menurut Klimchuk dan Krasovec dalam Hidayat (2015:4) mengatakan:

Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik.

Berdasarkan konsep diatas maka kemasan gula aren produksi *Arto Moro* harus memiliki rancangan yang mampu menarik minat konsumen, yaitu dengan penyusunan elemen visual pada kemasan sehingga menginformasikan produk gula aren *Arto Moro* dengan baik kepada *audience*. Peran kemasan sangat mempengaruhi persepsi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh sebab itu, rancangan kemasan gula aren nantinya juga berguna untuk membangun citra yang baik terhadap konsumen. Dengan daya tarik visual yang mendukung, maka akan mendukung pula penjualan produk tersebut. Keseluruhan elemen visual haruslah terlihat selaras satu sama lainnya sehingga sebuah kemasan terlihat bagus dan menarik bagi konsumen. Perancangan sebuah kemasan akan mempertimbangkan elemen visual berupa nama, warna, logo, ilustrasi, tipografi, *layout*, bahan kemasan serta bentuk kemasan. Elemen-elemen tersebut selanjutnya diolah agar menghasikan suatu desain kemasan untuk produk gula aren *Arto Moro*.

Maka dari itu, dengan adanya perancangan kemasan produk gula aren *Arto Moro*, pemilik usaha dapat mengembangkan potensi produk gula aren ini sehingga meningkatkan nilai jual produk di pasar modern. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengangkat judul “**Perancangan Kemasan Gula Aren Arto Moro Daerah Padang Kubin**” sebagai judul Tugas Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.

B. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data. Data yang diperoleh bisa didapatkan melalui wawancara, catatan di lapangan dan dokumentasi yang dilakukan secara sistematis. Metode analisa yang penulis gunakan adalah metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*). Metode

ini mengenali situasi atau kondisi yang menjadi kekuatan sebuah produk (*strenght*), kelemahan dari produk tersebut (*weakness*), situasi dan kondisi yang merupakan peluang berkembangnya sebuah produk (*opportunity*), serta mengenali segala ancaman bagi sebuah produk (*treat*). Penggunaan metode ini nantinya akan membantu penulis memahami kekuatan produk sehingga bisa menjadi pendongkrak nilai jual, mengenali kelemahan produk *Arto Moro* untuk diperbaiki, mengoptimalkan peluang yang ada untuk dimanfaatkan, serta mengantisipasi ancaman yang ada untuk produk gula aren *Arto Moro*.

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh *Arto Moro* di Padang Kubin, Koto Baru Simalanggang, Kabupaten 50 Kota:

1. *Strengths* (Kekuatan)

- a) Harga gula aren *Arto Moro* terjangkau oleh konsumen.
- b) *Arto Moro* merupakan salah satu produsen gula aren murni yang mampu memproduksi gula aren dengan jumlah yang besar.
- c) Kualitas produk gula aren *Arto Moro* bagus dan sudah dikenal oleh pengepul dan pedagang di pasar tradisional.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a) Pemasaran produk gula aren *Arto Moro* sangat bergantung kepada pengepul dan pedagang eceran di pasar tradisional.
- b) Belum memiliki kemasan khusus.
- c) Belum memiliki identitas serta label jaminan terhadap kualitas produk.

3. *Opportunities* (Peluang)

- a) Belum ada produsen gula aren di sekitar tempat produksi gula aren *Arto Moro* yang melakukan pengemasan produk secara modern.
- b) Kecenderungan masyarakat menyukai hal yang bersifat praktis.
- c) Perkembangan tempat perbelanjaan modern seperti *minimarket* dan *supermarket* semakin pesat di setiap daerah di Sumatera Barat.

4. *Threats* (Ancaman)

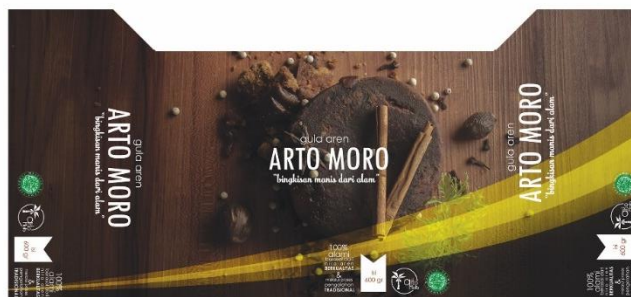
- a) Kurangnya minat konsumen terhadap produk gula aren *Arto Moro* yang berkemasan karena harga jual produk meningkat.
- b) Munculnya ide pengemasan produk gula aren dari produsen lain untuk di pasarkan ke tempat perbelanjaan modern.

Dari perumusan SWOT di atas dapat disimpulkan bahwa produk gula aren *Arto Moro* ini memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga penjualan produknya bisa mencakup tempat perbelanjaan modern. Hal ini diperkuat dengan perkembangan gaya hidup masyarakat dari tingkat ekonomi menengah hingga menengah ke atas yang cenderung menyukai hal-hal bersifat praktis.

C. Pembahasan

1. Media Utama

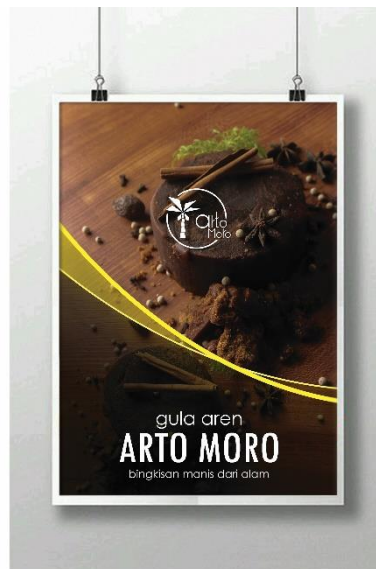
- Ukuran : 14 cm x 10 cm x 10 cm
- Bahan : karton jerami 2 mm dan *art paper* 115 gr
- Warna : kuning, coklat, dan hitam
- Teknik : *Cutting, printing*, dan lem
- Biaya : Rp. 6.000,-



Gambar 1. Final desain kemasan gula aren *Arto Moro*

2. Media Pendukung

1. Poster



Gambar 2. Final desain poster *Arto Moro*

2. Banner



Gambar 3. Final desain *banner Arto Moro*

3. Sticker



Gambar 4. Final desain *sticker Arto Moro*

4. Kartu nama




Gambar 5. Final desain kartu nama *Arto Moro*

5. Celemek/Apron



Gambar 6. Final desain celemek *Arto Moro*

6. Faktur penjualan

faktur	
tanggal: ___/___/___	
kepada: _____	
nama barang	harga
_____	_____
	total Rp.
	<i>tanda tangan</i>
	Nama : _____
catatan	_____

Gambar 7. Final desain faktur penjualan *Arto Moro*

7. Paper bag



Gambar 8. Final desain *paper bag* *Arto Moro*

D. Penutup

1. Kesimpulan

Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu melindungi isi produk dari produsen hingga ke tangan konsumen. Kemasan juga digunakan sebagai wadah agar produk mudah untuk dibawa dan disimpan oleh konsumen. Selain itu kemasan juga harus dapat menginformasikan dan mencerminkan suatu produk sehingga konsumen tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan.

Perancangan kemasan ini dilakukan melalui pertimbangan warna, layout, ilustrasi, serta tipografi agar hasil rancangan kemasan mampu menyampaikan kesan yang sesuai dengan citra produk *Arto Moro* yang ingin dibangun oleh pemilik usaha.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari perancangan kemasan gula aren *Arto Moro*, maka terdapat beberapa saran untuk mengembangkan kemasan, antara lain:

- a. Kemasan diharapkan dapat bermanfaat bagi usaha gula aren *Arto Moro*, baik untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.
- b. Bagi penulis kedepannya, penulis mengharapkan bahwa dalam melakukan kegiatan perancangan haruslah diawali dengan pengumpulan data yang valid, baik data verbal maupun data visual agar menghasilkan rancangan yang tepat sebagai solusi dalam memecahkan masalah.

E. Daftar Rujukan

- Badan Pusat Statistik, 2017. Perusahaan Industri pengolahan. (online), (<http://Badan-Pusat-Statistik/Perusahaan-Industri-Pengolahan/>, diakses tanggal 28 September 2018)
- Heryani. 2016. *Keutamaan Gula Aren dan Pengembangan Produk*. Banjarmasin. Lambung: Mangkurat University Press.
- Rahmat Hidayat, D., Budiwirman, M. P., & Riri Trinanda, S. P. (2015). Perancangan Kemasan Kerupuk Talas Dua Putra Di Nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, Dekave: *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2).
- Yuniarti, R., Zubaidah, M. S., & Pebriyeni, E. (2018). Re-Desain Kemasan Herbal Tea PT. Andalas Sitawa Fitolab. Dekave: *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2).