

## PERANCANGAN KEMASAN *GULO- GULO TARE*

NINA PAKAN SENAYAN

**Dede Irham Syarif, Dini Faisal<sup>2</sup>**

**1. Universitas negeri padang**

**2. Universitas negeri padang**

**Email: [dedeirhamsyarif@gmail.com](mailto:dedeirhamsyarif@gmail.com)**

### ABSTRAK

Tujuan perancangan ini adalah membuat kemasan *Gulo- Gulo Tar eh* Nina agar menarik dan mampu menyampaikan informasi kepada target *audience baru* serta mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Perancangan ini menggunakan teori desain komunikasi visual, kemasan, layout, tipografi dan warna. Pengumpulan data dimulai dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya metode analisis data yang digunakan adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Perancangan ini menggunakan media utama kemasan berupa *standup pouch*. Serta juga di lengkapi oleh beberapa media pendukung seperti poster, *apron, sticker, x- banner, t- shirt, tote bag, greeting card*.

**Kata Kunci: Kemasan, *Gulo- Gulo Tareh*, Menarik, Bersaing**

**PERANCANGAN KEMASAN *GULO- GULO TAREH NINA*  
PAKAN SENAYAN**

Dede Irham Syarif, Dini Faisal<sup>1 2</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email: [dedeirhamsyarif@gmail.com](mailto:dedeirhamsyarif@gmail.com)

**ABSTRACT**

The purpose of this design is to make *Gulo-Gulo Tareh Nina's* packaging attractive and able to convey information to a new target audience and be able to compete in a wider market. This design uses visual communication design theory, packaging, layout, typography and color. Data collection starts with observation, interview and documentation. Furthermore, the data analysis method used is SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). This design produces the main media packaging in the form of standup pouch. And also equipped by several supporting media such as posters, aprons, stickers, x-banners, t-shirts, tote bags, greeting cards.

**Keywords: Packaging, Attractive, Target Audience, Competing**

## A. Pendahuluan

*Gulo- Gulo Tareh* merupakan jajanan tradisional yang berbentuk permen dengan taburan tepung tapioka. Salah satu usaha yang masih memproduksi *Gulo- Gulo Tareh* yakni *Gulo- Gulo Tareh* Nina. Usaha rumahan ini dikelola turun- temurun oleh ibu Yasni. Berlokasi di Jorong Kandang Jilatang, Nagari Pakan Sinayan, Banuhampu, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Nama usaha *Gulo- Gulo Tareh* Nina ini di ambil dari nama anak ibu Yasni sendiri yaitu Nina. Maka dari itu usaha rumahan *gulo- gulo tareh* ini dinamakan *Gulo- Gulo Tareh* Nina.

Kemasan merupakan sebuah upaya untuk melindungi serta melindungi produk. Bisa juga disebut sebagai wadah bagi suatu produk untuk menjaga mutu demi meningkatkan daya tarik produk. *Gulo- Gulo Tareh* Nina sudah memiliki kemasan namun kurang menarik. Wismiarsi (2015: 3) mengemukakan bahwa "kemasan adalah wadah produk yang meliputi penampilan fisik wadah tersebut, termasuk desain, warna, pelabelan, bentuk, dan bahan yang digunakan". Kurangnya informasi serta media promosi yang efektif dari produk *Gulo- Gulo Tareh* Nina ini membuat jajanan ini kurang dikenal oleh masyarakat. Munculnya produk impor yang lebih modern serta di kemas sedemikian menarik membuat jajanan ini kurang diminati lagi.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, penulis memberikan sebuah solusi perancangan kemasan yang dapat memiliki pengaplikasian identitas visual yang mampu menarik perhatian para konsumen. Perancangan kemasan yang baru ini diharapkan produk *Gulo- Gulo Tareh* Nina mampu bersaing dengan produk impor yang lebih menarik serta modern.

Perancangan kemasan sudah pernah di angkat sebelumnya ke dalam karya akhir, seperti oleh Hansrian Zurihnal (2018) dengan judul Perancangan Kemasan Usaha Rendang Bola- Bola Uni Fofie Bukittinggi dan oleh Mahdiansyah (2018) dengan judul Perancangan Kemasan Rendang Telur Rosdiana Di kota Padang. Perbedaan karya akhir yang penulis buat ialah penulis memanfaatkan pengolahan data semaksimal mungkin serta menambahkan sedikit sentuhan budaya lokal sebagai

elemen di dalam layout pada kemasan ini. Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan diatas kedalam karya akhir dengan judul “**Perancangan Kemasan Gulo- Gulo Tareh Nina Pakan Senayan**” sebagai judul Tugas Akhir Prodi Desai Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang

## **B. Metode Perancangan**

### **1. Metode Perancangan**

Metode kotak kaca (*glass box method*) merupakan metode pemikiran rasional secara terlihat serta memiliki langkah untuk membandingkan sesuatu secara logis.

### **2. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data untuk digunakan dalam perancangan ini diperoleh melalui observasi ke lokasi produksi *Gulo- Gulo Tareh Nina* di Pakan Senayan serta melakukan wawancara bersama ibu Yasni sebagai pemilik usaha.

### **3. Metode Analisis Data**

Setelah semua data yang telah terkumpul, maka analisis data dibutuhkan sebagai pendukung perancangan. Analisis daya yang dipakai dalam perancangan kamasan “*Gulo- Gulo Tareh Nina Pakan Senaya*” adalah SWOT (*Strenght, Weaknes, Oportuinty, Treatment*). Penggunaan metode SWOT sebagai pemecahan masalah yang ada dalam latarbelakang serta mencari solusi dari masalah tersebut.

#### **a. Strength (Kekuatan)**

Kekuatan atau kelebihan yang dimiliki oleh produk *Gulo- Gulo Tareh Nina* adalah sebagai berikut:

- a. Produk *Gulo- Gulo Tareh Nina* merupakan jajanan tradisional khas kota Bukittinggi.
- b. Produk *Gulo- Gulo Tareh Nina* menggunakan bahan bahan yang alami.
- c. *Gulo- Gulo Tareh Nina* menghasilkan produk yang berkualitas dengan cita rasa yang khas.

#### **b. Weakness (Kelemahan)**

Kelemahan yang dimiliki usaha *Gulo- Gulo Tareh Nina* saat ini adalah kemasan produk yang kurang bisa bersaing, serta pasarnya yang belum luas.

#### **c. Opportunity (Peluang)**

Usaha rumahan yang telah berjalan 3 generasi ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk dari *Gulo- Gulo Tar eh Nina* ini. Serta dengan harga yang terjangkau konsumen dapat mencicipi jajanan tradisional yang khas dari

Bukittinggi ini. Serta ajakan ini mampu dijadikan sebagai buah tangan yang baru bagi wisatawan.

d. *Threat* (Tantangan)

Ancaman yang dimiliki Gulo-Gulo Tareh Nina saat ini adalah dengan banyaknya produk impor yang terus berkembang dan lebih modern.

Dari hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa *Gulo- Gulo Tareh* Nina merupakan sebuah jajanan tradisional yang khas dari kota Bukittinggi serta memiliki cita rasa yang khas. Namun produk usaha rumahan ini terkendala penyampaian informasi serta media promosi yang mampu bersaing dengan produk impor yang lebih modern. Maka dari itu analisis SWOT ini akan dijadikan landasan untuk perancangan kemasan *Gulo- Gulo Tareh* Nina Pakan Senayan.

## C. Pembahasan

### 1. Tujuan Kreatif

Perancangan kemasan *Gulo- Gulo Tareh* Nina ini bertujuan agar merancang sebuah kemasan yang menarik serta modern, agar mampu menarik perhatian target *audience* dan meningkatkan penjualan.

### 2. Strategi Kreatif

Dalam perancangan kemasan *Gulo- Gulo Tareh* Nina menerapkan konsep desain sesuai dengan data yang telah diperoleh untuk memaksimalkan daya tarik visual. Dengan menambahkan identitas visual, *elemen layout*, warna, dan tipografi, agar kemasan

lebih terlihat menarik serta mampu menyampaikan informasi tentang produk dari *Grulo-Gulo Tar eh Nina*.

### 3. Preogram Kreatif

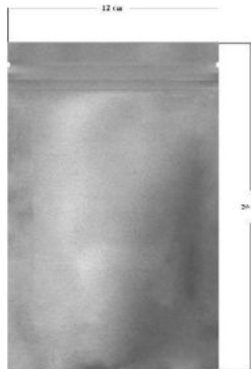
#### a. Kemasan *standup pouch*

*Standup Pouch* merupakan sebuah alternatif dari sekian banyak wadah yang banyak terdapat di pasaran sekarang. Penulis memilih *standup pouch* di karenakan praktis dan higienis serta memberikan kesan modern pada produk.



#### b. Ukuran *Standup Pouch*

Ukuran *standup pouch* yang penulis gunakan pada perancangan kemasan yaitu 13 cm x 20 cm yang mampu menampung produk sebanyak 250 gram. Ukuran ini dipilih karena sesuai dengan kebutuhan produk.



#### c. Elemen *layout*

##### a) Identitas visual

Dalam perancangan ini penulis juga menambahkan identitas visual pada kemasan, yang berguna menciptakan sebuah entitas terhadap sebuah jasa atau produk. Gunung penulis jadikan sebagai identitas visual pada kemasan *Gulo- Gulo Tar eh Nina* karena berkaitan dengan lokasi tepat

produksi yang berada di bawah kaki gunung Singgalang. Maka dari itu identitas yang penulis pakai untuk melengkapi elemen pada *layout* kemasan ini adalah logo.

Berikut ini penjabaran unsur identitas visual yang penulis rancang menjadi logo kemasan *Gulo- Gulo Tareh Nina*





Gunung Singgalang



Identitas visual logogram

Logogram diatas merupakan hasil penyederhanaan dari visualisai gunung yang penulis gunakan sebagai elemen pada logo yang akan di gunakan pada kemasan *Gulo- Gulo Tareh Nina*.





*Brand name* diatas masih penulis pertahankan karena telah menjadi sebuah histori dari *Gulo- Gulo Tareh* Nina.

G U L O - G U L O

T A R E H

N I N A

Final Identitas Visual

Logo diatas penulis jadikan sebagai elemen *layout* pada media utama dan media pendukung. Didesain dengan dinamis serta *simple* diharapkan mampu melekat pada ingatan konsumen serta target *audience*. b) Motif Kemasan

Desain pada kemasan *Gulo- Gulo Tareh* Nina ini menggunakan element visual yaitu ukiran *Sikambang Manih* IV. Penulis jadikan motif dengan di sederhanakan menjadi sebuah unit yang kemudian digabung menjadi sebuah visualisasi yang sangat unik serta penegasan akan unsur budaya untuk kemasan ini. Makna dari ukiran *Si Kambang Manih* IV itu adalah lambang sopan santun, keramahtamahan, dan bernuansa hangat. dal am kemasan ini penulis memaknai motif ini agar produk dari *Gulo- Gulo Tareh* Nina ini bisa di terima oleh target *audience*.

Berikut ini proses rancangan yang penulis lakukan untuk el ernena kemasan:



c) *Tagline*

*Tagline* merupakan sebuah slogan yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pro mo si dal am bentuk visual maupun verbal. Dalam rancangan kemasan ini penulis menggunakan *tagline* <sup>CC</sup>NDAK KAJREH NDAK TAREIf. Gagasan sederhana yang menggunakan permainan rima pada kata menambah kesan unik pada *tagline* ini serta di suguhkan dengan

komunikasi secara verbal dengan menggunakan bahasa minang. Berikut ini visualisasi dari tagline yang penulis rancang sedemikian rupa:

.<sup>N</sup> E t A J u

K f l B E H

N D A K

T f l B E H

Element *tagline* Kemasan

#### d. Tipografi

Identitas visual, *tagline*, serta informasi pada kemasan penulis menggunakan jenis huruf yang sama untuk menjaga konsistensi desain. Tipografi yang digunakan dalam desain kemasan ini adalah "*STARWARS*" merupakan kategori font "sans serif", font "*STARWARS*" berkarakter tebal serta mudah untuk di baca. Font ini dipadukan dengan font "*Times New Roman*" yang merupakan huruf serif yang berkesan tegas dan

ABCDEFGHIJKLM  
MOPQRSTUVWXYZ  
12356789

elegan.

*Font STARWARS*

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12356789**

e. Wama

Kombinasi wama yang digunakan pada desain kemasan memberi nilai tambah pada kemasan tersebut juga menjadi poin utama dalam meningkatkan penjualan karena wama dapat menarik perhatian konsumen. Wama coklat pada *paper craft* sangat mendominasi dalam desain kemasan ini karena wama ini menimbulkan kesan alami serta natural, maka dari itu penulis coklat sebagai penegas identitas visual pada kemasan ini, serta wama *cream* sebagai pelengkap pada media pendukung..

Wama yang digunakan pada desain kemasan *Gulo-Gulo Tareh Nina* adalah sebagai berikut:

<b>Warna</b>	<b>Makna</b>
■	wama coklat identik dengan stabilitas dan kehangatan. Biasa bersanding dengan wama hijau, paduan cokelat sendiri dipercaya mampu menciptakan kenyamanan, keakraban
	Wama krem mempresentasikan kelembutan dan terkesan klasik. Lembut, tidak menyolok, menimbulkan kesan tenang dan bemuansa hangat

## D. Final Desain

### 1. Media Utama

#### Kemasan



Kemasan yang digunakan untuk produk *Gulo- Gulo Tar eh* Nina adalah *standup pouch* berbahan *paper craft* berukuran 13cm x 20cm dengan isi 250 gram. Dilengkapi dengan *ziplock* yang berguna untuk menjaga kualitas dari produk *Gulo- Gulo Tareh* Nina agar dapat bertahan lebih lama. Sangat praktis dan mudah untuk digunakan serta bisa berdiri dan disusun dengan rapi agar bisa terlihat oleh konsumen. Daya tahan dari kemasan ini juga sangat baik. Dipadukan

dengan desain yang modern serta menonjolkan identitas visual dan sentuhan motif ukiran khas dari daerah Minangkabau, diharapkan mampu memenuhi target pasar yang di inginkan.

## 2. Media

### Pendukung

#### a. Poster



Poster merupakan sebuah sarana media penyampaian informasi yang masih menjadi daya Tarik bagi konsumen. Media ini di pilih karena sangat mudah untuk di pahami oleh konsumen dengan desain yang terlihat seimbang serta dengan tingkat keterbacaan yang baik serta foto produk yang terlihat unik. **b. Apron**



Gambar 64. Final desain *Apron*

*Apron* merupakan atribut yang dapat melindungi pekerja dari kotoran serta menjaga kehygienisan produk dari *Gulo- Gulo Tareh Nina*. Di desain unik serta nyaman dengan warna cream yang menciptakan kesan bersih pada *apron* ini.



*Sticker* adalah sebuah media promo si yang dapat di aplikasikan kedalam semua ruang dengan ukuran yang tidak terbatas. Di desain dengan unik dan dapat terlihat dan membuat konsumen

penasaran akan produk dari *Gulo- Gulo Tareh* Nina.

**d. X- Banner**





X- *Banner* digunakan untuk menyampaikan informasi dari produk *Gulo- Gulo Tareh Nina* yang bias di aplikasikan berdiri pada stand. Desain ini dipilih karena terlihat *simple* dan mudah dipahami oleh konsumen.

e. *T- Shirt*



*T-Shirt* dipilih karena bisa digunakan oleh pekerja dari *Gulo- Gulo Tareh Nina*. Didesain *simple* dengan paduan warna *cream brown* konsumen juga bisa memiliki baju ini serta dijadikan merchandaise oleh *Gulo- Gulo Tareh Nina*.

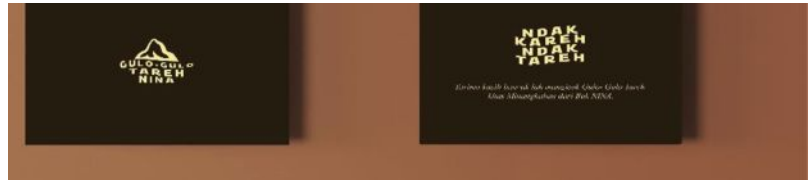
f. *Tote Bag*



*Tote Bag* diagunakan sebagai media promo si karena sangat mudah terlihat. Didesain dengana logo serta tagline timbal balik diharapkan mampu menyampaikan pesan kepada target konsumen dari *Gulo- Gulo Tareh Nina*.

### g. Greeting Card

*Greeting Card* merupakan sebuah kartu ucapan yang dapat



memberikan sebuah *experience* kepada konsumen yang telah membeli produk dari *Gulo- Gulo Tar eh* Nina. Dengan desain yang simple dan minimalis.

### E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan Perancangan Kemasan "*Gulo- Gulo Tareh* Nina" dapat disimpulkan bahwa dalam membuat sebuah desain, perlu beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman serta alasan dalam membuat rancangan desain kemasan. Perancangan kemasan "*Gulo- Gulo Tareh* Nina" ini bukan hanya sebagai bentuk visualisasi dari kemasan tetapi juga sebagai pelindung dan media promosi dalam upaya mengenalkan produk *Gulo- Gulo Tareh* Nina. Perancangan kemasan sangat mempertimbangkan berbagai aspek termasuk kedalam tujuan perusahaan dan promosi produk.

Perancangan Kemasan *Gulo- Gulo Tareh* Nina menghasilkan desain kemasan baru yang lebih komunikatif dan dapat mendeskripsikan produk yaitu kemasan *standup pouch* yang telah dipertimbangkan bentuk dan ukurannya sesuai produk yang ada di dalamnya, serta identitas visual, *tagline*, warna, dan tipografi agar dapat mencapai tujuan sebuah promosi untuk meningkatkan keuntungan.

Kemasan yang baru akan diterapkan pada media pendukung (media cetak dan digital), agar seluruh target audiens dari *Gulo- Gulo Tareh Nina* dapat terjangkau dengan baik.

#### **F. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan Perancangan Kemasan *Gulo- Gulo Tareh Nina* ini penulis menambahkan beberapa saran yaitu:

1. Dengan adanya perancangan Kemasan *Gulo- Gulo Tareh Nina* ini, konsumen mampu mengenali produk olahan tradisional khas *Minangkabau* ini.
2. Kemasan yang baru diharapkan dapat menaikkan nilai jual dari produk *Gulo- Gulo Tareh Nina* dan juga dikenali *target audience* dengan baik serta mampu menjadi alternatif jajanan di pasar modern, seperti swalayan maupun minimarket.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mahdiansyah. 2018. Perancangan Kemasan Rendang Telur Rosdiana Di Kota Padang. [online], (<http://eiournal.unp.ac.id>. diakses tanggal 24 Januari 2020).
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isoatonik. *Jumal* Vol.13 no.1
- Zurihanal, Hansrian. 2018. Perancangan Kemasan Usaha Bola- Bola Uni Sofie Bukittinggi. [online], (<http://eiournal.unp.ac.id>. diakses tanggal 27 Januari 2020).