

PERANCANGAN KEMASAN BATIAH RANAH MINANG MAKANAN KHAS PAYAKUMBUH

Deri febrian¹,M.Nasrul kamal²,Riri Trinanda³

Desain Komunikasi visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : Derifebrian11@gmail.com

Writing this final project aims to design a business Buk Epi Sofinar which is located at Kelurahan Padang Tinggi Piliang, Payakumbuh City. Buk Epi has a business called Batiah Ranah Minang. Consumers do not know and understand the superiority of the product and the current identity of Batiah Ranah Minang is not optimal, making Buk Epi's business less noticed by consumers. Purpose of packaging design as a print media that functions product identity in an informative and communicative manner for consumer satisfaction and to increase product safety.

The *Glass Box* method is used in designing, collecting data through observation, interviews and documentation from the owner. The method of SWOT data analysis as a problem solving by raising the advantages of getting the right layout, typography, and colors for Batiah Ranah Minang.

The design of Batiah Ranah Minang business packaging design in Payakumbuh, can attract the attention of buyers and increase the existence of food businesses in the city of Payakumbuh. The addition of media such as X-banners, business cards, t-shirts, aprons, stickers, paper bags and mugs aims to support the main packaging media.

Keywords: Packaging , *Batiah Ranah Minang* , Design

A. Pendahuluan

Batiah semacam makanan ringan bercita rasa manis dan gurih yang menggunakan campuran dari berbagai bumbu. Masakan ini dihasilkan dari proses memasak yang panjang dimulai dari mengukus, cetak, jemur, dan goreng. Proses ini bisa memakan waktu 1 sampai 2 hari semua tergantung cuaca, Batiah di sumbar ada 2 yaitu Batiah Payakumbuh dan Batiah Batu sangkar, keduanya memiliki memiliki bentuk yang sama tetapi memiliki rasa yang berbeda.

Batiah Ranah Minang didirikan oleh Ibu Epi Sofinar sendiri pada tahun 1988, ibu Epi Sofinar mulai Membuat usaha ini sejak umur 12 tahun sebagai karyawan orang lain, tetapi setelah umur 22 tahun ibu Epi memulai usaha sendiri dengan nama *Batiah Ranah Minang* Sebagai usaha rumahan. Menurut hasil observasi dan wawancara kepada pemilik, target yang ingin dicapainya adalah menengah ke atas. Tetapi masih banyak kekurangan dalam penyajian dari Batiah Ranah Minang, yaitu berupa kemasan produk yang hanya menggunakan plastik makanan biasa. Begitupun saat konsumen yang memesan dari luar kota, Batiah ini belum memiliki pembungkus tersendiri yang dapat digunakan sebagai identitas kemasan dari Batiah tersebut. Permasalahan tersebut menyebabkan target konsumen tidak tercapai karena tampilan produk menjadi nilai khusus bagi kalangan menengah atas. Kemasan juga dapat dijadikan identitas dari suatu usaha, dan melalui kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya beli dan ketertarikan konsumen yang belum pernah sama sekali mencoba Batiah tersebut, untuk memesan dan mencicipinya.

Menurut Julianti (2014:15) mengartikan “kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk”. Sebagai ungkapan simpati terhadap kekurangan pada usaha kuliner Buk Epi Sofinar, penulis ingin memberikan partisipasi dalam bentuk kemasan. Dengan demikian, penulis akan memberi judul karya akhir ini dengan

“Perancangan Kemasan Batiah Ranah Minang Makanan Khas Payakumbuh”

B. Metode Perancangan

Metode Glass Box digunakan dalam melakukan perancangan menurut Yusuf (2015:17).

C. Metode Analisis Data

Perancangan kemasan ini penulis menggunakan SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) sebagai alat analisis data, karena analisis ini dapat mengatasi masalah-masalah yang timbul pada saat proses perancangan.

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Memiliki pelanggan tetap yang memesan produk langsung ke Industri.
- b. Tidak menggunakan bahan pengawet dan zat bahaya lainnya.
- c. Menjadi distributor di beberapa toko oleh-oleh di Payakumbuh.
- d. Memiliki rasa yang enak dan gurih.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- a. Belum adanya kemasan yang menjadi identitas pembeda terhadap produk Batiah lainnya.
- b. Masyarakat kebanyakan hanya mendapatkan informasi dari mulut ke mulut.
- c. Proses pengemasan produk yang memakan waktu lama, sehingga menghambat laju produksi..

3. *Opportunities (Peluang)*

- a. Adanya potensi untuk bisa bersaing dengan tampilan *Batiah ranah minang* yang unik dan berbeda dari batiah yang lain, karena masyarakat kini lebih menyukai sesuatu yang berbeda.
- b. Dengan adanya kemasan, pemasarannya semakin berkembang karena pendistribusiannya mulai menjangkau daerah sekitar.

4. *Threats (Ancaman atau tantangan)*

- a. Adanya industri dibidang yang sama di kota payakumbuh.
- b. Sulitnya bersaing dengan usaha sejenis yang sudah terkenal.

C. Pembahasan

1. Media Utama

Kemasan sekunder *Batiah ranah minang* berupa *Standing Pouch* dengan memakai bahan plastic dengan ketebalan 120 micron. Tinggi 29 cm, lebar 20 cm dan ukuran isi 4 cm. Berat bersih produk untuk ditempatkan pada kemasan adalah 200 gram. Merek pada kemasan memakai teks *Century Gothic* dan telah di kombinasikan dengan aksent budaya Minangkabau.

Tampilan yang terdapat pada bagian bawah kemasan adalah visual dari *Batiah*. Aksent garis antara warna kuning dengan coklat untuk memperkuat tampilan kemasan yang elegan. Warna coklat pada kemasan memberikan kesan hangat dan nyaman. Warna kuning, Menunjukkan keceriaan dan kehangatan. Warna kuning memiliki intensitas tinggi dan mampu menarik perhatian konsumen.

Tag line “*Lamak Bana*” dengan artinya Enak Sekali, dibuat dengan *background* warna kuning agar tetap bisa menjadi pusat perhatian oleh konsumen. Teks yang menerangkan pembuatan

produksi Batiah dibuat agar konsumen lebih yakin dengan produk Batiah ranah minang.

2. Pendekatan Verbal

Batiah Ranah Minang merupakan salah satu usaha kuliner yang ada di Kota Payakumbuh. Pemilik usaha ini adalah Epi Sofinar, atau yang lebih sering dipanggil dengan sebutan ibu Epi, ibu Epi Sofinar mulai Membuat usaha ini sejak umur 12 tahun sebagai karyawan orang lain, tetapi setelah umur 22 tahun ibu Epi memulai usaha sendiri dengan nama *Batiah Ranah Minang* Sebagai usaha rumahan, *Batiah Ranah Minang* beralamat di Kelurahan Padang Tinggi Piliang RT 01 RW 02 No.29 Payakumbuh Barat.

Kemasan yang digunakan untuk Batiah Ranah Minang yaitu plastik polos biasa. Padahal kemasan yang sesungguhnya adalah kemasan yang dapat berfungsi sebagai tempat atau wadah dari sebuah produk, selain itu kemasan juga merupakan identitas dari sebuah produk. Karena pada zaman sekarang ini orang tidak lagi melihat makanan dari bentuk asli saja, tetapi juga melihat desain yang membuat makanan tersebut lebih terlihat menarik dan menambah nilai rasa makanan tersebut pada saat memakannya.

3. Pendekatan Visual

a. Font atau Jenis Huruf

Adapun Huruf yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel. 1 : Jenis font





NO	Jenis Font	Penjelasan
1	Arial	(Tegas, mudah dibaca, elegan) Digunakan pada alamat produksi.
2	CENTURY GOTHIC	(Jelas, mudah dibaca, simpel) Digunakan pada penulisan Batiah Ranah Minang.

3	Agency FB	(Jelas, mudah dibaca, dan tegas) Digunakan pada sub teks.
4	<i>Forte</i>	(Universal, bersih, modern, objektif dan stabil) Digunakan pada tagline kemasan.

b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan kemasan Batiah Ranah Minang dengan menggunakan photoshop C6 adalah sebagai berikut:

Tabel. 2 : Warna CMYK

Warna	C	M	Y	K	Kode Warna
	35	79	100	45	6d310d
	1	19	100	0	ffcb00
	75	68	67	90	010101
	0	0	0	0	Ffffff

Perancangan bentuk kemasan diambil berdasarkan warna dari logo yang dikembangkan, agar tidak menutupi keseimbangan antara logo dan kemasan. Warna coklat dan kuning yang mendominasi kemasan sebagai background dan sebagai warna dari merek Batiah ranah minang.

a. Fotografi

Pendekatan Visual dari segi fotografi dalam Perancangan kemasan Batiah ranah minang ini menggunakan teknik fotografi yang terfokus kepada objek batiah dan konten yang mendukung informasi dari kemasan ini. Foto diambil menggunakan kamera DSLR dengan tambahan lensa agar hasil foto terlihat lebih tajam dan bagus.

b. Lay Out

Layout atau tata letak adalah elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung suatu konsep yang dibawanya. Anggaraini, L. & Natalia, K. (2013) menjelaskan “ Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Perancangan kemasan Batiah Ranah Minang dimulai dari layout kasar, layout komperhensif, dan layout eksekusi. Dalam melakukan Layout, penulis menggabungkan unsur teks, gambar, foto, ilustrasi, dan unsur visual lainnya.

D. Final Desain

1. Media Utama



Layout komperhensif kemasan bagian depan



Layout komperhensif kemasan bagian belakang



Mock up kemasan



Merek Batiah Ranah Minang

2. Media Pendukung



Mock up X-Banner



Mock up Apron



Mock up Stiker



Mock up Mug



Mock up Name Card



Mock up Tshirt



Mock up Paper bag

E. Penutup

1. Kesimpulan

Batiah ranah minang dapat disimpulkan bahwa Perancangan kemasan *Batiah ranah minang* dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama mengumpulkan latar belakang berdirinya usaha buk Epi, mencakup keunggulan, keunikan, kelemahan, *target audience* dan segala hal yang berhubungan dengan *Batiah ranah minang*. Kemudian dilanjutkan dengan pencarian ide perancangan kemasan dan juga konsultasi bersama dosen pembimbing maupun pemilik usaha *Batiah ranah minang*. Tahapan selanjutnya merancang layout *Batiah ranah minang* melalui proses manual sketsa dan digital pada komputer. Proses perancangan kemasan menghasilkan beberapa alternatif kemudian dipilih satu desain yang lebih kuat, dan dilanjutkan pada media-media pendukung.

2. Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan perancangan desain kemasan usaha *Batiah ranah minang* dapat disimpulkan beberapa saran:

1. Agar produk *Batiah ranah minang* ini dapat bertahan di pasar, pemilik harus terus melakukan inovasi terhadap produk *Batiah* tersebut agar konsumen tidak merasa bosan dengan makanan ini.
2. Untuk mengenalkan produk *Batiah ranah minang* ini pada calon konsumen baru harus diperkenalkan sebuah desain yang efektif untuk menarik minat beli konsumen.

Catatan : artikel ini disusun berdasarkan Karya Akhir Deri Febrian dengan :

pembimbing I **Dr.M.Nasrul Kamal, M.Sn**

pembimbing II **Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn**

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini S, Lia dan Nathalia, Kirana. 2013. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: NUANSA CENDEKIA.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- QOHAR, A. A., Kamal, M. Nasrul Kamal., S.Sn Ahdi, S., & Ds, M. (2018). PERANCANGAN MEDIA EDUKASI INTERAKTIF ENSIKLOPEDIA ASTRONOMI UNTUK ANAK-ANAK. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 8(1).
- RAHMAN EFENDI, Dr M., Nasrul Kamal, M.Sn and Riri Trinanda. "PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI PASAMAN." *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 8.1 (2018).
- Yusuf. 2015. Perancangan Panti Terapi dan Kanker. *Jurnal Struktur Analisa Utilitas*. (Online) (http://etheses.uin-malang.ac.i/1377/7/11660017_Bab_3.pdf, diakses 12 September 2018)