

**PERANCANGAN KEMASAN KERUPUK TALAS DUA PUTRA
DI NAGARI AIA TABIK, KECAMATAN BASO, KABUPATEN AGAM**

JURNAL



RAHMAT HIDAYAT

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2015**

PERSETUJUAN JURNAL

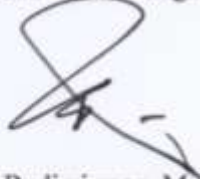
**PERANCANGAN KEMASAN KERUPUK TALAS DUA PUTRA
DI NAGARI AIA TABIK, KECAMATAN BASO, KABUPATEN AGAM**

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "*Perancangan Kemasan kerupuk Talas Dua Putra di Nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam*" untuk persyaratan wisuda periode Maret 2015 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

RAHMAT HIDAYAT

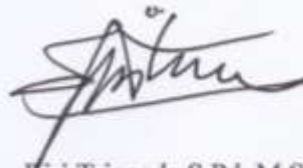
Padang, 22 Februari 2015

Dosen Pembimbing I



Dr. Budiwirman, M.Pd.
NIP.19590417.198903.1.001

Dosen Pembimbing II



Kiri Trinanda, S.Pd, M.Sn.
NIP.19801023.200812.1.002

**PERANCANGAN KEMASAN KERUPUK TALAS DUA PUTRA
DI NAGARI AIA TABIK, KECAMATAN BASO, KABUPATEN AGAM**

Rahmat Hidayat¹, Dr. Budiwirman, M.Pd.², Riri Trinanda S.Pd., M.Sn.³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : rahmatdayat760@yahoo.com

Abstrak

Kerupuk talas “DUA PUTRA” merupakan salah satu makanan kuliner yang ada di nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, berdiri pada tahun 2005 di bawah pimpinan Rina Rimanti. Kelemahan produk ini terdapat pada kemasan yang dibungkus dengan plastik bening, pengemasan ini kurang menarik bagi konsumen karena kesan yang biasa.

Perancangan kemasan ini terdiri dari kotak, plastik, dan kardus. *Layout* logo produk, ilustrasi kerupuk talas “DUA PUTRA” (produk) dengan *headline* “*Nan sabana rapuah*”, *tagline* “cemilan khas Sumatra Barat” akan mempertegas tampilan dan informasi tentang produk yang disampaikan dengan kemasan.

Metode perancangan yang tepat yaitu analisis SWOT karena dalam perancangan ini penulis merancang kembali desain kemasan yang telah ada, dengan perimbangan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menjadi pembanding antara desain baru, desain lama dan produk kompetitor.

Desain kemasan sebagai alat komunikasi dapat diartikan bahwa desain kemasan tidak hanya sebagai membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang, tapi memberikan informasi-informasi yang jelas dan lengkap mengenai kandungan atau isi dari sebuah produk, idealnya ketika desain kemasan mampu memberikan informasi kepada konsumen nilainya akan lebih baik untuk menghindari kebingungan konsumen.

Kata Kunci : Desain, kemasan, Kerupuk Talas

¹ Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2015

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

“Kerupuk Talas Dua Putra” is one of the culinary delights that exist in the Nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Agam, established in 2005 with owner is Rina Rimanti. The weakness of this product are on the packaging wrapped in clear plastic, packaging is less attractive to consumers because of the impression of the ordinary.

The design of this package consists of a box, plastic, and cardboard. Layout product logos, illustrations “Kerupuk Talas Dua Putra” with the headline “Nan sabana Rapuah”, the tagline “cemilan Khas Sumatera Barat” will reinforce the view and information about the product packaging delivered invitation.

Proper design method is the SWOT analysis for the redesign existing packaging design, with a balance of strengths, weaknesses, opportunities, and threats that a comparison between the new designs, old designs and products of competitors.

Packaging design as a means of communication can be interpreted that the packaging design not only as a wrap or cover an item or group of items, but provide information that is clear and complete for the content or the content of a product, ideally when the packaging design is able to provide information to consumers value will better to avoid consumer confusion.

Keywords: Design, Packaging, Kerupuk Talas

A. Pendahuluan

Daerah Sumatera Barat kaya akan berbagai macam masakan dan oleh-oleh khas kuliner tradisional, setiap daerahnya memiliki ciri khas dan keunikan kuliner masing-masing sehingga menghasilkan daya tarik tersendiri bagi pihak konsumen. Salah satu contoh kuliner tradisional yang berada di *Nagari Aia Tabik, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam* adalah industri kerupuk talas, yang dikelola oleh Industri Kerupuk Talas “DUA PUTRA”, Industri ini berdiri sejak tahun 2005 dengan pimpinan utamanya adalah Ibu Rina Rimanti.

Kerupuk talas adalah makanan yang terbuat dari hasil olahan talas, kerupuk talas ini memiliki beberapa macam rasa tergantung dari bumbu yang

dimasukkan dalam pengolahannya. Kerupuk talas yang dikelola oleh industri kerupuk talas “DUA PUTRA” memiliki ciri khas yang menarik yakni memproduksi kerupuk talas dalam tiga varian rasa yaitu *rasa jagung manis, jagung bakar, dan pedas manis*. Ketiga rasa tersebut dijadikan andalan untuk menarik minat pembeli karena hanya di industri Kerupuk Talas “DUA PUTRA” yang memproduksinya dengan berbagai rasa. Pada awalnya Pimpinan usaha kerupuk talas ini hanya mencoba-coba membuat suatu usaha yang bisa membantu perekonomian keluarga, dengan ilmu yang didapat dari orang tua, ibu Rina Rimanti mencoba membuat usaha makanan ringan berupa kerupuk talas yang bahan bakunya diperoleh dari hasil kebun sendiri.

Awal pemasaran makanan ringan kerupuk talas ini hanya dititipkan di warung-warung sekitar rumah di Nagari Aia Tabik, Setelah beberapa bulan usaha ini mengalami kemajuan, produk kerupuk talas ini dipasarkan dengan melalui distributor yang langsung menjemput produk ke industri. Pada awal tahun 2010 Ibu Rina Rimanti memberikan *label* pada produknya berupa kertas putih kecil berukuran 4x7 cm dengan *fonts* kerupuk talas “DUA PUTRA” berwarna biru. Nama “DUA PUTRA” diambil dari latar belakang keluarga dari pimpinan atau pemilik industri kerupuk Talas “DUA PUTRA” yaitu Ibu Rina Rimanti dan Bapak Pakih yang mempunyai dua orang putra yakni Andre Pratama dan Muhammad Erik.

Dalam pemasarannya kerupuk talas “DUA PUTRA” dapat dinikmati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dan orang tua. Selain karena rasanya yang enak juga didukung oleh harganya yang murah. Biasanya

ada juga konsumen langsung memesan ke tempat pembuatan agar tidak kehabisan, selain sering dijadikan cemilan sehari-hari kerupuk talas “DUA PUTRA” juga biasa dijadikan oleh-oleh ketika berkunjung ke Bukittinggi.

Omset penjualan dari usaha ini terus meningkat karena banyaknya peminat, menjelang hari-hari besar seperti lebaran dan tahun baru, kerupuk talas “DUA PUTRA” memproduksi kerupuk hingga 150 kg dengan jual beli Rp 3.750.000,- dengan omset Rp 600.000,- /hari.

Dari hasil wawancara awal ditemukan kelemahan produk yang diproduksi oleh Industri Kerupuk Talas “DUA PUTRA” yaitu dalam aspek kemasannya dalam artian produk ini tidak memiliki identitas yang belum lengkap karena produk melainkan hanya dibungkus dengan plastik bening sehingga pengemasan ini kurang menarik bagi konsumen, walaupun produk ini sudah lama diproduksi, tetapi masyarakat dan wisatawan tidak tahu apa saja komposisi yang terkandung dari produk tersebut.

Minimnya sarana dan prasarana yang dimiliki oleh industri menjadi salah satu faktor yang menyebabkan produksi kerupuk talas dua putra ini hanya menggunakan kemasan yang sangat sederhana, karena dikerjakan secara manual menggunakan tangan, yakni dikemas menggunakan plastik bening kemudian untuk menutup kemasannya digunakan cara tradisional yaitu ujung plastik yang dibakar menggunakan lilin tanpa diberi *label* yang menarik dan ada juga yang diikat menggunakan karet gelang.

Kemasan merupakan hal yang penting, karena kemasan yang menarik dapat memikat para pelanggan untuk membeli sebuah produk di pasaran.

Maka timbulah inisiatif dari penulis untuk mengangkat produk tersebut dengan memperbaiki kelemahan pada aspek kemasan, guna memberikan identitas produk bagi pihak produsen dan konsumen juga untuk mengukuhkan bahwa produk ini diproduksi oleh industri kerupuk talas “DUA PUTRA” sehingga pengusaha kerupuk talas yang lain tidak dapat mengklaim olahan kerupuk talas ini, diharapkan dengan tampilan kemasan yang baru produk ini dapat diunggulkan.

Pada perancangan kemasan ini penulis merancang kemasan tidak hanya berfungsi mengemas tetapi juga untuk menarik perhatian konsumen. Penulis memilih kemasan usaha kerupuk talas “DUA PUTRA” karena kemasan kerupuk talas ini masih sederhana dan usaha ini memiliki produk keunggulan dari pada produk kerupuk talas yang lain.

B. Desain Kemasan Sebagai Alat Komunikasi

Desain kemasan sebagai alat komunikasi dapat diartikan bahwa desain kemasan tidak hanya sebagai membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang, tapi memberikan informasi-informasi yang jelas dan lengkap mengenai kandungan atau isi dari sebuah produk, idealnya ketika desain kemasan mampu memberikan informasi kepada konsumen nilainya akan lebih baik untuk menghindari kebingungan konsumen.

Klimchuk dan Krasovec (2006:33) menjelaskan bahwa:

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.

Desain kemasan tidak hanya sebagai membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang. Idealnya ketika desain kemasan mampu memberikan informasi kepada konsumen nilainya akan lebih baik untuk menghindari kebingungan konsumen. Apa bila konsumen sudah mengetahui informasi-informasi dalam sebuah produk akan mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

1. Prinsip-Prinsip Desain Kemasan

Dalam desain kemasan, prinsip dasar desain di sesuaikan untuk memenuhi tujuan setiap tugas-tugas desain. Panduan ini membantu mendefinisikan bagaimana warna, tipografi, struktur, dan citra diaplikasikan dalam suatu tata letak desain untuk menciptakan kesan keseimbangan, intensitas, proporsi, dan penampilan yang tepat.

Klimchuk dan Krasovec (2006:82-84) menjelaskan elemen-elemen penting yang digunakan dalam mendesain kemasan sebagai berikut:

- a. *Empat perhatian penarik utama:*
 - 1) *Warna*
 - 2) *Struktur fisik atau bentuk*
 - 3) *Simbol dan angka*
 - 4) *Tipografi*
- b. *Dayatarik elemen desain adalah berdasarkan:*
Prinsip dasar desain + tujuan pemasaran yang jelas + pemakaian empat penarik perhatian utama yang efektif = desain kemasan konsumen yang dirancang dengan baik.
- c. *Desain kemasan yang bisa melayani target pasar yang ditunjuk haruslah:*
 - 1) *Sesuai dengan budaya setempat*
 - 2) *Tatanan bahasa yang tepat dan akurat*
 - 3) *Logis secara visual*
 - 4) *Dirancang secara komperentif*

- d. *Elemen-elemen yang diperlukan umumnya meliputi*
 - 1) *Tanda Merek*
 - 2) *Nama Merek*
 - 3) *Nama Produk*
 - 4) *Keterangan komposisi (ingredient)*
 - 5) *Berat Bersih*
 - 6) *Informasi Nilai Gizi*
 - 7) *Tanggal Kadarluarsa, peringatan bahaya, arahan penggunaan, Dosis, intruksi*
 - 8) *Ragam*
 - 9) *Barcode*
- e. *Elemen-elemen yang diatur dengan desain meliputi:*
 - 1) *Warna*
 - 2) *Citra*
 - 3) *Huruf*
 - 4) *Ilustrasi*
 - 5) *Sarana Grafis*
 - 6) *Foto (noninformasi)*
 - 7) *Ikon*
 - 8) *Hirarki visual*

Dengan adanya prinsip-prinsip desain yang terkait dengan elemen-elemen desain seperti keseimbangan, kontras, instentitas, positif, negatif, nilai, bobot, posisi, urutan, hirarki dan unsur-unsur visual yang terdiri dari titik, garis, bidang, ruang, warna, tekstur dan ukuran. Dalam mendesain kemasan ada beberapa tambahan-tambahan elemen yang perlu diperhatikan dalam mendesain sebuah kemasan, yang bertujuan untuk memproyeksikan nilai-nilai budaya dan juga mengkomunikasikan kelas konsumen yang lebih luas.

2. Kriteria Desain Kemasan

Dalam proses desain kemasan terlebih dahulu ditentukan kriteria-kriteria apa saja yang dibutuhkan, kriteria tersebut nantinya akan memperkuat konsep desain, Klimchuk dan Krasovec (2006) menjelaskan

kriteria tersebut adalah struktur dan material desain kemasan, pertimbangan–pertimbangan desain material dan produksi.

Klimchuk dan Krasovec (2006: 137-182) menjelaskan ada dua macam kriteria desain diartikannya kriteria yang merujuk kepada struktur dan material desain kemasan dan pertimbangan material desain dan produksi.

Pertama, Struktur dan material desain kemasan yang dimaksud sebagai tempat penyimpanan, perlindungan, transportasi produk dan menyediakan permukaan fisik bagi desain kemasan. Pertimbangan material dan keunggulan serta kelemahannya harus dipertimbangkan diawal setiap tugas desain kemasan, lebih lanjut diterangkan struktur kemasan dan pilihan material harus berdasarkan pertimbangan seperti dibawah ini

1. Apakah produknya?
2. Bagaimanakah produk akan dipindahkan?
3. Bagaimanakah dan di mana produk akan disimpan?
4. Bagaimanakah produk perlu dilindungi?
5. Bagaimanakah produk dipajang?
6. Di manakah produk akan di jual?
7. Siapakah target konsumennya?
8. Apakah kompetisi kategori ini?
9. Berapakah batasan biayanya?
10. Berapakah jumlah produksi?
11. Apakah jadwal produksinya?
12. Apakah struktur yang sudah ada sebelumnya dapat diperbaiki?

13. Apakah struktur yang baru bisa dipilih dari stok gudang?
14. Apakah struktur yang baru perlu dikembangkan?
15. Apakah struktur harus di patenkan?

Pengambilan keputusan struktural dan material ini yang paling penting karena keputusan ini mengarah pada perlindungan dan transportasi produk yang efektif, Struktur dan material bisa dibagi lagi kedalam beberapa point diantaranya (Klimchuk dan Krasovec 2006: 137-182).

1) Gaya Lipatan Kertas

Reverse Truck: Lidah atas berseberangan dengan lidah bawah, sehingga lidah atas membuka dari depan kebelakang sementara lidah bawah membuka ke depan. Tapi yang keras dari reverse tuck harus berada di belakang.

Straight Truck: Lidah atas dan lidah bawah segaris, membuka menutup dengan arah yang sama. Lidah ini biasanya dibuka dari belakang ke depan.

Dua tutupan yang umum adalah Slit lock ujung disisipkan dengan menempel lidah atas.

Friction lock: Ujung untuk diselipkan, tertahan ditempatnya karena friksi, biasanya di sisi lidah atas ada lidah bawah.

2) Plastik

Jenis plastik yang paling umum digunakan sebagai kemasan adalah:

Low-density polyethylene (LDPE) digunakan untuk kontainer dan tas untuk pakaian.

High density polyethylene (HDPE) kaku dan opak dan digunakan dan digunakan untuk susu, deterjen dan cairan pembersih rumah tangga.

Poly ethylene terephthalate (PED) bening seperti kaca digunakan untuk produk.

Polypropylene digunakan untuk botol.

Polystyrene (PS) diproduksi dalam berbagai bentuk digunakan dalam bentuk kotak sisi, botol, botol pil dll.

Kedua, pertimbangan-pertimbangan desain material dan produksi.

Masalah produksi harus ditinjau dan kekhawatiran harus dikomunikasikan

dengan klien dan tim produksi sebelum proses desain dimulai. Desainer kemasan harus benar-benar mengetahui: 1) Ukuran, bentuk, dan material struktural kemasan, 2) Spesifikasi percetakan untuk material tertentu, 3) Performa material dibawah kondisi ritel, 4) Pertimbangan software untuk komputerisasi percetakan dan otomatisasi proses kemasan, dan 5) Ketentuan desain kemasan global untuk merek, termasuk perubahan struktural kemasan, adaptasi bahasa, dan modifikasi desain.

Memperhatikan ulasan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk mendapatkan desain kemasan yang sesuai dengan tujuan *branding*, seorang desainer harus memperhatikan struktur, material, pertimbangan desain, serta produksi kemasan.

C. Metode Analisis Data

Sesuai permasalahan yang dikemukakan dan dijelaskan di atas, maka dirancanglah metode pemecahan masalah oleh penulis. Metode pemecahan masalah itu berupa perancangan kemasan produk yang diaplikasikan melalui media cetak. Untuk melakukan perancangan kemasan produk yang diaplikasikan melalui media cetak maka diperlukan metode analisis SWOT.

Menurut Sarwono dan Lubis (2007:18) analisis SWOT adalah:

Analisis SWOT terutama dipegunakan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan meng-optimalkan segi positif yang mendukung serta meminimal-kan segi negative yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah di ambil.

Dalam perancangan kemasan ini dapat digunakan analisis SWOT singkatan dari *strength, weakness, opportunity, treat*. Maksud dari analisis ini adalah untuk menentukan kekuatan produk sehingga dapat di optimalkan, kelemahannya dapat dibenahi, peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dapat diantisipasi. Perancang kemasan ini menggunakan analisis SWOT karena analisis ini dapat mengatasi masalah yang timbul dalam proses perancangan.

1. *Strenght* (Kekuatan)

Kekuatan atau kelebihan kerupuk talas “DUA PUTRA” adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki 3 varian rasa yang khas yang menarik yaitu rasa jagung manis, rasa jagung bakar, dan rasa pedas manis.
- b. Bahan baku dari ubi talas berkualitas baik.
- c. Memiliki pelanggan tetap yang memesan kerupuk langsung keindustri.
- d. Pelayanan yang ramah kepada konsumen yang langsung datang keindustri.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan yang dimiliki kerupuk talas “DUA PUTRA” adalah sebagai berikut:

- a. Masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana yaitu masih menggunakan plastik bening/plastik biasa.

- b. Pengemasan masih menggunakan cara tradisional yaitu menggunakan karet gelang untuk mengikat kemasan dan ada juga menggunakan api lilin yang dibakar pada ujung kemasan kerupuk.
- c. Kurangnya mengadakan promosi sehingga tidak banyak orang mengetahui kerupuk talas “DUA PUTRA” ini.
- d. Tidak memiliki kios hanya sebagai industri produksi.

3. Opportunity (Peluang)

Peluang yang dimiliki kerupuk talas “DUA PUTRA” adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi semakin berkembang karena pemasarannya mulai menjangkau luar daerah Bukittinggi.
- b. Adanya peluang dipasaran untuk bersaing dengan produk yang sejenis.

4. Threat (Ancaman atau tantangan)

Tantangan dari kerupuk talas “DUA PUTRA” adalah sebagai berikut:

- a. Adanya industri dibidang yang sama dikecamatan Baso.

Kurangnya promosi sehingga sulit menanamkan *brand* di masyarakat.

D. Pembahasan

1. Data Perancangan

a. Data Primer

Data primer yang didapatkan adalah melalui wawancara dengan pemilik industri usaha Kerupuk Talas “DUA PUTRA”. Wawancara suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi

dengan sumber data. Komunikasi dilakukan dengan dialog tanya jawab secara lisan.

- 1) Industri kerupuk talas “DUA PUTRA” berdiri sejak tahun 2005 dengan pimpinan ibu Rina Rimanti.
- 2) Nama industri kerupuk talas ”DUA PUTRA” diambil dari latar belakang keluarga pimpinan yang memiliki dua orang putra yaitu Andre Pratama dan Muhammad Erik.
- 3) Industri kerupuk talas “DUA PUTRA” memiliki ciri khas yang menarik yakni memproduksi kerupuk talas dalam tiga varian rasa yaitu rasa jagung bakar, rasa jagung manis, dan rasa pedas manis. Ketiga rasa tersebut dijadikan andalan untuk menarik minat pembeli.
- 4) Pada hari-hari besar dan hari libur nasional industri kerupuk talas “DUA PUTRA” memproduksi produk kerupuk talas sebanyak 150 Kg jual beli Rp 3500.000,- dengan omset 600.000,- /hari.
- 5) Industri kerupuk talas “DUA PUTRA” memiliki kelemahan dalam aspek pemasaran yang sampai sekarang masih mengemas produk menggunakan plastik bening atau plastik biasa.

b. Data Sekunder

Data skunder adalah data yang sudah tersedia hanya perlu mengumpulkannya dan menjadi sebuah data yang valid. Sebagai data tambahan penulis juga tidak lupa menambahkan data skunder yang merupakan keterangan dan informasi melalui sumber yang tertulis,

terutama tentang memdefiniskan desain kemasan dan buku-buku yang dapat menunjang proses perancangan.

2. Konsep Kreatif

a. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif penulis adalah untuk memberikan citra kepada produk yang diproduksi oleh industri kerupuk talas “DUA PUTRA”, juga meningkatkan penjualan dengan mengganti kemasan dengan yang menarik dan modern sehingga mudah diingat dan menarik perhatian konsumen.

b. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang penulis gunakan adalah mendesain kemasan yang unik serta mudah diingat oleh masyarakat. Diaplikasikan melalui CorelDRAW dan Adobe Photosop lalu dituangkan melalui media kemasan kotak, kemasan plastik, kemasan kardus, dan ditambah dengan perancangan media pendukung berupa desain yang menarik perhatian konsumen, karena desain yang menarik mampu memberikan pengaruh kepada produk, yang pada ujungnya mengharapkan dan menghasilkan pelanggan.

c. Program Kreatif

- 1) Pendekatan Verbal

Dalam perancangan kemasan kerupuk talas “DUA PUTRA” pesan verbal yang dikemukakan adalah *headline Nan Sabana Rapuah*, dan tagline Cemilan Khas Sumatra Barat.

2) Pendekatan Visual

- Tipografi

Alternatif huruf yang digunakan dalam proses perancangan kemasan kerupuk talas “DUA PUTRA” adalah

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Forte
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Dragonwick
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Ænigma Scrawl 4 BRK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini antara lain:

Arial
(Jelas, mudah dibaca, tegas)

Digunakan pada penjelasan komposisi dan alamat industri

Forte
(Jelas, mudah dibaca, kokoh)

Digunakan pada penjelasan kode rasa

Dragonwick
(Jelas, mewah, lembut)

Digunakan pada Tagline (Cemilan Khas Sumatra Barat)






Ænigma Scrawl 4 BRK
(Unik, dinamis, vernakular/ keseharian)

Digunakan pada Headline (Nan Sabana Rapuah)

- Warna

Warna yang digunakan dalam aplikasi software computer untuk perancangan kerupuk talas “DUA PUTRA” diantaranya adalah:

**Tabel 1. Teknik Warna CMYK (Cyan, Magental, Yellow, Black)
Perancangan Kemasan kerupuk talas “DUA PUTRA”.**

Warna	C	M	Y	K
	83	22	100	9
	10	0	99	0
	0	99	100	0
	75	68	67	90
	0	0	0	0

Demikian teknik penggunaan warna dalam mengaplikasikan pada *software* computer dalam perancangan kemasan kerupuk talas “DUA PUTRA” untuk media utama dan media pendukung.

- Headline

- a) Iko Inyo Nan lamak Nan Rapuah Untuak Dunsanak
- b) Iyo Sabana Badaruak
- c) Nan Sabana Rapuah

3. Nan Sabana Rapuah Final Desain



Kemasan kotak



Kemasan Plastik



Kemasan Kardus

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan perancangan kemasan kerupuk talas “DUA PUTRA” dapat disimpulkan bahwa kemasan yang cukup menarik dapat menarik konsumen, dan memberikan identitas dari sebuah produk, sekaligus menarik perhatian konsumen untuk membeli produk dan rancangan yang dikemukakan bertujuan untuk menarik konsumen, mempromosikan produk kerupuk talas “DUA PUTRA” kepada masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung ke Sumatra Barat.

Dengan mempertimbangkan unsur-unsur dalam desain dan tidak melupakan syarat yaitu mudah dibaca, kejelasan pesan dan menarik. Setelah memperbaiki kemasan produk kerupuk talas “DUA PUTRA” nilai produknya meningkat dengan bilangan etimasi Rp 18.000,- dari Rp 10.000,-.

2. Saran

Berdasarkan perancangan kemasan Kerupuk talas “DUA PUTRA” dapat disimpulkan beberapa saran yaitu :

- a. Agar produk kerupuk talas “DUA PUTRA” dapat diketahui oleh masyarakat umum maupun wisatawan harus melakukan promosi yang efektif.
- b. Bagi perancang lain yang akan merancang sebuah promosi, persiapkanlah sebelumnya persiapkan data verbal, visual, dan data-data yang diperlukan dalam perancangan lalu kemungkakan permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik.

F. Daftar Rujukan

Caniago, Ferri. (Ed.). 2012. *Cara Mutakhir Jago Desain Logo*. Jakarta Timur: DUNIA KOMPUTER.

Keripik Talas Batek (Online). (<https://www.bukalapak.com> https, Diakses 8 Mei 2014).

Keripik Talas PPSW (Online). (<http://www.pasoendan.ppsw.or.id>, Diakses 8 Mei 2014).

Keripik Tempe Dian (Online). (<httpwww.indonetwork.co.id>, Diakses 8 Mei 2014).

Klimchuk, Marianner Roser.& Krasovec, Sandra A. (Eds.). 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: ERLANGGA.

- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengertian Ilustrasi*. (Online). (<http://informatika.web.id/ilustrasi.htm>, diakses 8 Mei 2014).
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI YOKYAKARTA.
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: GRAMEDIA.
- Sarwono, Jonathan. & Lubis, Hary. (Ed.). 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA.
- Tague, Nancy R. *The Quality Toolbox*. (Online). (<http://dkv-unpas.blogspot.com/2012/04/5w2h-memahami-persoalan-sebelum-solusi.html>, diakses 29 Mei 2014).
- Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: BUKU PINTAR.