

**PERANCANGAN *IDENTITY* KEMASAN MAKANAN
TRADISIONAL “*DADIAH*” DI GADUIK BUKITTINGGI**

ARTIKEL



**Oleh
RAENDRAIOGI HERLLY
1202890 / 2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
WISUDA PRIODE MARET 2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

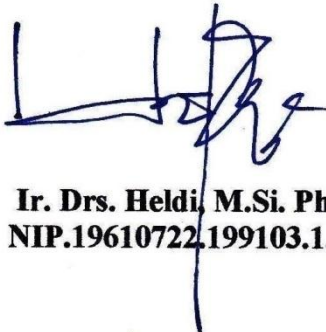
**PERANCANGAN *IDENTITY* KEMASAN MAKANAN
TRADISIONAL “*DADIAH*” DI GADUIK BUKITTINGGI**

**RAENDRAIOGI HERLLY
1202890 / 2012**

Artikel ini disusun berdasarkan Karya Akhir Raendraiogi Herlly untuk persyaratan wisuda periode Maret 2017 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua Dosen Pembimbing.

Padang, 3 Februari 2017

PEMBIMBING I



**Ir. Drs. Heldi, M.Si. Ph.D.
NIP.19610722.199103.1.001**

PEMBIMBING II



**Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn.
NIP.19770401.200812.1.002**

PERANCANGAN *IDENTITY* KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL “*DADIAH*” DI GADUIK BUKITTINGGI

¹Reandraiogi Herlly,² Ir. Drs. Heldi, M.Si. Ph.D. ³Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn.
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : raendraiogihherlly@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of identity *Dadiah* packaging design is to create identity *Dadiah* a new packaging without losing its traditional form (native). So that, it can be known by the public and to tourists who visit West Sumatra, commonly in Gaduik particular area, Bukittinggi with *Dadiah* new packaging design with modern form combined with traditional form.

The design method begins with data collection, observation, interviews and documentation. So that, the problem occur in the packaging *Dadiah* promotion can be discovered from identify of that problem by conducting a SWOT analysis.

The design is result major media like packaging that is packaged in a cardboard that displays visualization and information nutritional value of traditional food *Dadiah*. The main media is completed by supporting media which are poster, x-banners, T-shirts, flayers, business cards, key chains, stickers, tote bag and bamboo plastic covers.

Keywords: design, Identity, promotion, packaging, *Dadiah*.

¹Mahasiswa Penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk priode Wisuda
Maret 2017

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

ABSTRAK

Tujuan perancangan *Identity* kemasan *dadiah* adalah menciptakan identitas kemasan *dadiah* yang baru tanpa menghilangkan bentuk Tradisionalnya (asli), sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan kepada wisatawan yang berkunjung ke Sumatra Barat khususnya daerah Gaduik, Bukittinggi dengan perancangan kemasan *dadiah* yang baru dengan bentuk modren yang dikombinasikan dengan bentuk Tradisional.

Metode perancangan di mulai dengan pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga masalah yang terjadi dalam promosi kemasan *dadiah* dapat diketahui, dari identifikasi masalah tersebut, dengan melakukan analisis SWOT.

Perancangan menghasilkan media utama berupa *packaging* yang dikemas dalam bentuk kemasan karton tebal yang menampilkan visualisai dan informasi nilai gizi dari makanan Tradisional *dadiah*. Media utama dilengkapi media pendukung antara lain poster, *x-banner*, baju kaos, flayer, kartu nama, gantungan kunci, stiker, *totebag* dan plastik penutup bambu.

Kata Kunci: perancangan, Identity, promosi, kemasan, *dadiah*.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara terluas di kawasan Asia Tenggara dengan keberagaman etnik yang mencapai 1128 jenis suku bangsa. Keberagaman tersebut ikut menciptakan variasi berbagai bentuk produk olahan makanan yang dikonsumsi sehingga setiap daerah memiliki makanan khas yang membuatnya berbeda dengan daerah lain. Setiap suku etnik di Indonesia memiliki makanan Tradisional masing-masing seperti Sumatera Barat sebagai Provinsi penghasil makanan Tradisional yang cukup besar pengaruhnya di Indonesia. Banyak produk Tradisional yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat yang sangat populer bagi wisatawan yang berkunjung bentuk produk contohnya seperti *rendang*, *galamai*, *lamang*, *randang talua*, dan *dadiah*.

Provinsi Sumatera Barat, Bukittinggi, tepatnya di daerah Gaduik, terdapat beberapa produksi makanan *dadiah*, salah satunya *dadiah* Pak Tedi. *Dadiah* Pak Tedi yang terbuat dari fermentasi susu kerbau secara Tradisional menggunakan kemasan yang terbuat dari potongan bambu yang diendapkan kurang lebih selama 24 jam. Makanan ini memiliki rasa yang khas, asam dan padat. *Dadiah* juga dikenal kegunaannya sebagai campuran nasi dan lauk pauk juga dimakan dengan *ampiang* atau madu, dihidangkan dengan jamuan adat, sebagai campuran dalam masakan gulai kambing, diolah menjadi obat dan bubur.

Munculnya produk fermentasi sejenis dari pesaing yang juga merupakan salah satu faktor menurunnya peminat *dadiah* dan dari bentuk

kemasan yang kurang menarik minat masyarakat tentang *dadiah* itu sendiri. Karenanya *dadiah* kalah populer oleh konsumen dari berbagai kalangan. Sedangkan *dadiah* hanya banyak dikenal oleh kalangan masyarakat kelas bawah, masyarakat yang tinggal di daerah disekitar yang memproduksinya.

Semakin banyaknya bermunculan makanan dan minuman siap saji yang akan membuat popularitas *dadiah* dikalangan masyarakat semakin hilang. Padahal bila dilihat dari kandungan gizi dan khasiatnya, *dadiah* jauh lebih unggul dibandingkan dengan makanan dan minuman siap saji yang ada pada saat ini. Berdasarkan informasi dari Pak Tedi seorang pengusaha *dadiah*, sejak berdirinya usaha *dadiah* sampai sekarang, kurang mengalami peningkatan dan perkembangan seperti yang diharapkan, hal ini disebabkan bentuk kemasan yang kurang menarik minat masyarakat.

Identity kemasan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Jika *dadiah* ini akan dibawa untuk menembus pasar *modern*, tentunya kemasan menjadi hal yang penting untuk mempromosikan *dadiah* tersebut sehingga meningkatkan penjualan dan menjadikan *dadiah* lebih diminati oleh calon *target audience*. Berdasarkan pengamatan penulis kelapangan di Gaduik, Bukittinggi Kabupaten Agam, Kemasan *dadiah* dahulunya sangat sederhana yaitu dengan menggunakan bambu (*garuntuang*) dan ditutup dengan daun pisang yang diikat kulit pisang serta dibentuk seperti tali rafia. Kemasan ini penulis nilai masih kurang layak untuk sebuah kemasan produk makanan.

Kemasan yang penulis jelaskan diatas telah mengalami sedikit perubahan yaitu daun pisang yang digunakan sebagai penutup diganti dengan plastik dan diikat dengan karet gelang. Perubahan dari kemasan tersebut penulis nilai masih belum terlalu menarik karena plastik yang digunakan sebagai penutup merupakan plastik biasa tanpa ada desain sebagai *identity dadiah* Pak Tedi.

Kemasan *dadiah* yang terbuat dari berbagai jenis bambu pada satu sisi sangat menguntungkan karena ikut mendorong penggunaan *disposable green packaging* yang mudah didegradasi. Namun dibalik itu, penggunaan tabung bambu sebagai kemasan *dadiah* bagi sebagian kalangan dipandang tidak menarik dari segi estetika karena tampilannya hanya menggunakan potongan bambu dan penutup plastik sehingga terlihat monoton. Kemasan *dadiah* yang masih menggunakan bentuk Tradisional dapat dikatakan belum memiliki inovasi dalam desain kemasannya.

Melihat kondisi yang demikian, Penulis mencoba merancang ulang *identity* kemasan *dadiah* Pak Tedi di Gaduik Bukittinggi dengan menambahkan ukiran pada bambu sehingga menjadi lebih menarik dan membedakan produk *dadiah* Pak Tedi dengan produk *dadiah* lainnya. *Identity* kemasan *dadiah* yang akan dirancang berpotensi untuk meningkatkan citra baru terhadap *dadiah* Pak Tedi sebagai produk *dadiah* terbaik dari produk *dadiah* lainnya. Kemasan *dadiah* yang akan penulis rancang didukung dengan penambahan *packaging* dari karton yang di desain sedemikian rupa sehingga kemasan *dadiah* yang dari bambu tersebut menjadi lebih mudah untuk dibawa oleh konsumen.

Perancangan *identity* kemasan *dadiah*, diharapkan dapat menjadikan *dadiah* sebagai makanan Tradisional lebih dikenal oleh khalayak luas dan menjadikan *dadiah* disukai oleh masyarakat luas dan secara tidak langsung dapat mempromosikan *dadiah* Pak Tedi. Oleh karena itu penulis mengajukan judul Karya Akhir ini sebagai berikut ***“Perancangan Identity Kemasan Makanan Tradisional “Dadiah” Di Gaduik Bukittinggi”***.

B. Metode Analisis Data

Berdasarkan penelitian dilapangan dalam perancangan *identity* kemasan makanan Tradisional *dadiah* data yang diperlukan adalah data primer dan sekunder mengenai *dadiah* oleh karea itu penulis melakukan beberapa cara untuk memperoleh data primer dan sekunder tersebut, seperti:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang di ambil langsung dari sumbernya. Metode dalam pengambilan Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Mengunjungi dan melakukan pengamatan langsung dari lokasi pembuatan makanan Tradisional *dadiah* untuk mendapatkan data-data yang diperlukan seperti foto proses pembuatan *dadiah*, foto pemilik usaha, foto bahan dan alat-alat untuk memproduksi makanan Tradisional *dadiah*.

b. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan cara bertanya langsung baik sepihak ataupun kedua belah pihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan kepada tujuan penelitian untuk sebuah perancangan yang dibutuhkan seperti, menanyakan langsung tentang makanan *dadiah* kepada Pak Tedi pemilik usaha makanan Tradisional *dadiah* di Gaduik, Bukittinggi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan, penelitian, pengolahan dan penyampaian data sebagai bukti-bukti, dan keterangan seperti gambar, tulisan, dan proses pembuatan untuk referensi sebagai acuan untuk merancang sebuah karya seperti kemasan karton.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui kajian teori yang didapatkan dari buku, jurnal dan internet yang berhubungan dengan perancangan kemasan. Media kemasan diharapkan menjadi perantara penyampaian informasi mengenai *identity* makanan Tradisional *dadiah* kepada target *audience*.

A. Metode Analisis Data (SWOT)

Untuk memperkuat analisis perlu didukung dengan metode. Pada perancangan *identity* makanan Tradisional *dadiah* ini penulis menggunakan metode SWOT. Metode SWOT, yaitu analisis yang membahas tentang *strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan

threats (ancaman). Segi kekuatan merupakan kondisi internal yang dikandung oleh objek yang dinilai, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal.

Analisis SWOT diperlukan untuk menilai dan menilai ulang (*reevaluasi*) suatu hal yang ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Lubis, 2007:18).

Perancangan *identity* kemasan makanan Tradisional *dadiah* ini, penulis menggunakan metode analisis data dengan teori SWOT karena untuk sebuah promosi analisis metode SWOT ini lebih tepat digunakan. Analisa SWOT dalam media kemasan promosi yaitu:

1. Strength (Kekuatan)

- a. *Dadiah* merupakan produk hasil fermentasi susu kerbau yang merupakan makanan Tradisional Sumatera Barat yang sudah di produksi turun temurun.
- b. *Dadiah* merupakan makanan Tradisional yang menyehatkan karena dapat menyembuhkan penderita penyakit jantung, koroner dan orang yang memiliki kandungan kolesterol dalam darah yang tinggi.
- c. Produksi makanan Tradisional *dadiah* pak Tedi ada yang datang untuk membeli dan dibawa keluar negeri seperti Singapura dan Malaysia.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Kemasannya cenderung lebih tradisional serta tidak adanya perancangan bentuk kemasan yang baru dan lebih menarik dari produsen.
- b. *Dadiah* dalam kemasan bambu cenderung tidak tahan lama.
- c. Kurangnya promosi dari pihak produsen itu sendiri sehingga masyarakat tidak mengetahui manfaat dan kualitas *dadiah* Pak Tedi.
- d. *Dadiah* Pak Tedi belum memiliki identitas produk yakni merk dan logo.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. *Dadiah* merupakan makanan Tradisional yang menyehatkan karena dapat menyembuhkan penderita penyakit jantung, koroner dan orang yang memiliki kandungan kolesterol dalam darah yang tinggi.
- b. Dengan kemasan yang baru dan menarik akan meningkatkan promosi dari makanan Tradisional *dadiah*.

4. *Threat* (Ancaman atau Tantangan)

- a. Munculnya produk-produk susu fermentasi yang lebih modern, lebih beraneka rasa dan bentuk kemasan yang lebih unik.
- b. Banyaknya pesaing pembuat makanan Tradisional *dadiah* di daerah Gaduik, Bukittinggi.
- c. Peningkatan harga dengan menggunakan kemasan yang baru.

Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari produk *dadiah*, berikutnya dapat dianalisa terhadap faktor-faktor

tersebut untuk mendapatkan gambaran lebih lanjut mengenai strategi promosi yang tepat untuk promosi terhadap *dadiah* ini.

Simpulan Analisis

Berdasarkan analisis data diatas, penulis menyimpulkan bahwa perancangan kemasan baru *dadiah* adalah hal yang paling tepat untuk tindakan yang dilakukan terhadap *Identity* kemasan *dadiah* ini. Dalam rangka meningkatkan kualitas dan pemasaran *dadiah*, diperlukan merk yang lebih *modern (branding)* agar dapat menarik minat konsumen untuk membelinya menimbang produk susu fermentasi lain telah memiliki merknya masing-masing. Manfaat kandungan *dadiah* juga dapat menjadi salah satu nilai jual dalam *identity* kemasan yang akan dilakukan.

C. Pembahasan

Perancangan iklan layanan masyarakat terhadap HIV/AIDS Kota Payakumbuh adalah membuat media penyuluhan yang belum pernah dibuat sebelumnya yaitu melalui teknik *motion graphic*

1. Media Utama

Packaging yang digunakan adalah karton sebagai tempat bambu, dengan bambu yang ditutup menggunakan plastik yang didesain sedemikian rupa agar memiliki tampilan yang unik dan *modern*. Media utama dalam perancangan *Identity* kemasan makanan Tradisional “*Dadiah*” di Gaduik Bukittinggi berbentuk *Packaging*. Kemasan dapat didefinisikan sebagai suatu wadah/ bungkus yang digunakan untuk menempatkan suatu hasil produksi yang berguna untuk melindungi produk yang diwadahnya baik itu dari kotoran, kerusakan maupun dari gangguan-

gangguan yang lain. Secara garis besar, tujuan dasar dari kemasan sebagai media pelindung dari cuaca dan kotoran bagi produk yang diwadahnya, kemasan melindungi produk baik dari pengaruh luar maupun dalam. Biasanya kemasan melindungi dari sinar matahari berlebih, kelembaban, dan sebagainya terhadap produk.

Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga dapat digunakan sebagai media promosi. Secara tidak langsung, tampilan suatu kemasan dapat menjadi iklan promosi terselubung bila ditampilkan di etalase atau pada saat pendistribusian. Semakin menarik konsep desain kemasan dan tata letaknya maka akan semakin memikat. Selain sebagai promosi tak langsung, Kemasan juga sebagai *Brand Image/Citra Merek*. Kemasan merupakan media untuk menancapkan citra merek kepada konsumen sehingga konsumen mudah mengingat dan fanatik untuk memilih produk

a. Isi Pesan

Pesan yang disampaikan dalam perancangan *identity* kemasan *dadih* Pak Tedi adalah bahwa produk ini memiliki kesan yang natural dan berkelas. Diharapkan rasa khas pada *dadih* mampu bersaing dengan kompetitornya, sehingga dengan kemasan yang baru orang dapat semakin tertarik dengan produk *dadih* dan memiliki kesadaran bahwa kemasan tersebut adalah kemasan dari produk *dadih* Pak Tedi, sehingga *value* produk dapat meningkat dan kepercayaan konsumen terhadap produk beserta *brand* terjaga. Dengan perancangan *Identity* kemasan *dadih* Pak Tedi mampu menjadi yang

terdepan, bentuk rancangan kemasan yang baru diharapkan kemasan tersebut dapat mewakili *dadiah* yang ada di daerah gaduik Bukittinggi, sehingga konsumen semakin tertarik untuk membeli *dadiah* Pak Tedi.

b. Tema Perancangan

Desain kemasan *dadiah* Pak Tedi dibuat untuk sehari-hari. Kemasan dibuat elegan namun tetap simple dan dengan menjaga sisi Tradisionalnya. kemasan juga akan memiliki elemen dekorasi kepala kerbau yang menjadi ciri khas dari keseluruhan kemasan produk *dadiah*. kemasan dibuat agar memiliki kesan yang simpel namun tidak norak, dengan penggunaan warna-warna yang menyerupai warna pada bambu. Desain kemasan dibuat seperti box kemasan minuman dengan warna hijau, kuning dan warna dari kardus, dengan logo *dadiah* yang dicantumkan pada bagian depan kemasan, ditambahkan *tagline* dan nama produsen.

c. Bentuk dan Ukuran

Kemasan *dadiah* dibuat dengan berbeda isi, ada isi 2, 3 dan 4. Untuk ukuran isi 2, 69cm x 42 cm dengan bentuk persegi panjang dan ukuran yang isi 3 dan 4, 69 cm x 44 cm dengan bentuk persegi. Kemasan *dadiah* persegi panjang akan 2 buah bambu, dimasukkan kedalam dalam *pakeging* berukuran 69 cm x 42 cm yang pada bagian tabung diberi tutup plastik dengan diikat dengan tali, disesuaikan dengan perancangan kemasan *dadiah* persegi panjang serta diberi

logo. Kemasan *dadiah* persegi akan dimasukkan dalam *packging* berukuran 69 cm x 44 cm dengan desain disesuaikan dengan kemasan *dadiah* persegi serta diberi logo. Kemasan *dadiah* memiliki dua ukuran untuk kemasan yang menampung 2, 3 dan 4 *dadiah*. Pada kemasan *dadiah* diberikan *logo* pada bagian depan dan belakang kotak agar produk dapat dilihat oleh konsumen.

d. *Headline*

Headline yang digunakan dalam perancangan kemasan promosi makanan Tradisional “*Dadiah*” di Gaduik Bukittinggi adalah “*Makanan Tradisional Gaduik Bukittinggi*”, alasan penulis memilih *Headline* ini adalah untuk menginformasikan kepada target *audience* daerah asal makanan Tradisional *dadiah*.

e. *Tagline*

Tagline yang digunakan dalam perancangan *Identity* kemasan makanan Tradisional “*Dadiah*” Pak Tedi di Gaduik Bukittinggi adalah “**Makanan Sehat Penuh Gizi**”, alasan penulis memilih *Tagline* ini adalah untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa makanan *dadiah* ini adalah makanan yang sehat dan bergizi yang telah didaftarkan dan diuji ke Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

f. *Gaya dan kesan,*

Dalam perancangan kemasan makanan *dadiah* ini, penulis menggunakan konsep tradisional modern dengan menampilkan logo

dadiah dengan ilustrasi kepala kerbau. Dengan adanya kepala kerbau di logo kemasan menandakan ciri khas tradisional makanan *dadiah*, sehingga lebih komunikatif untuk menyampaikan pesan atau gambaran tentang makanan *dadiah* kepada *target audience*.

g. Tipografi,

Mengacu kepada penggunaan huruf (*font*) yang memiliki keterbacaan jelas dan bias diterapkan untuk menciptakan suatu kesan yang tegas pada perancangan. Pemilihan huruf pada media utama memakai jenis huruf *Script MT bold*, *Wild ride* dan *Trajan pro* sehingga kemasan makanan *dadiah* ini terlihat menarik dan meyakinkan.. Pemakaian huruf tersebut dapat member keseimbangan antara *headline* dan *subheadline* dengan pertimbangan sebagaiberikut: Kesatuan, Keterbacaan, Kesesuaian. Model huruf yang di gunakan dalam karya ini adalah sebagai berikut :

1) *Script MT Bold*

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

0123456789

2) *Wild Ride*

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

0123456789

3) *TRAJAN PRO*

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

0123456789

h. Warna

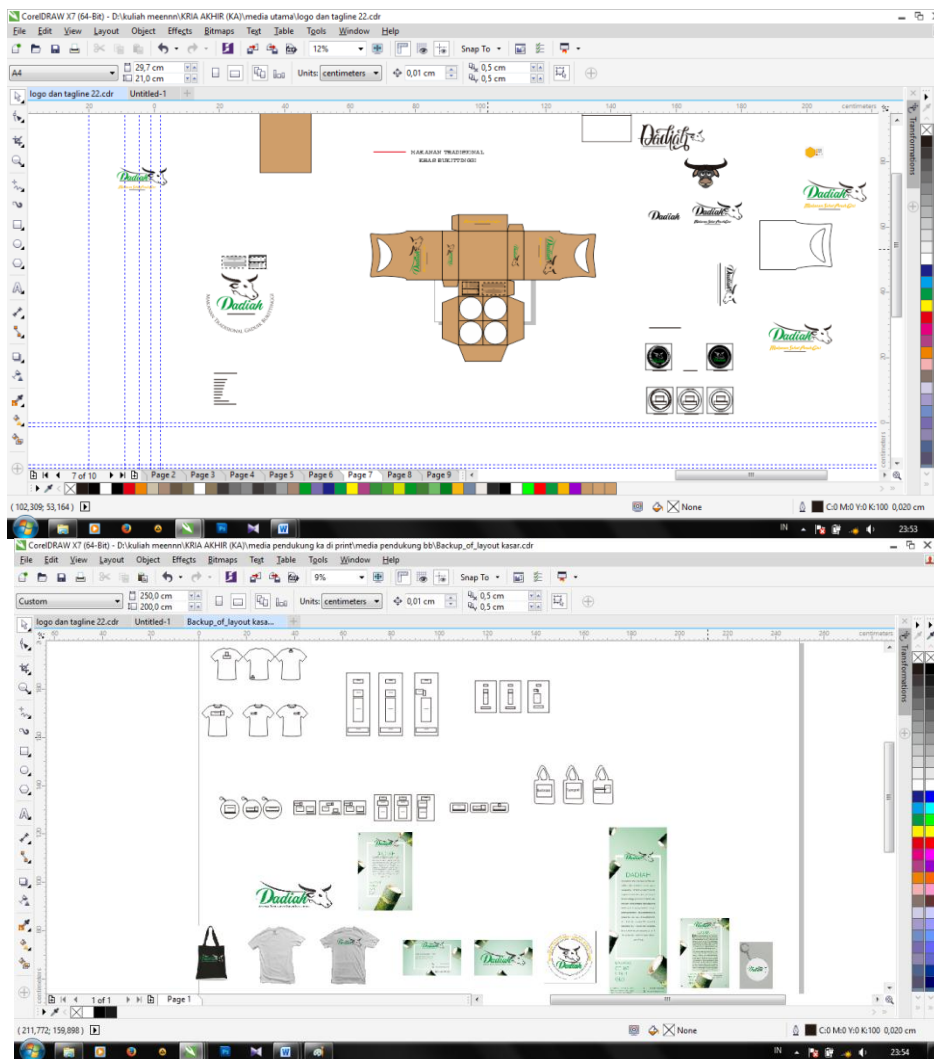
Pada perancangan kemasan makanan *dadiah* dan media pendukung penulis memakai beberapa dominan warna yakni: hijau, kuning dan hitam. Warna-warna ini merupakan warna yang melambangkan identitas makanan *dadiah*. Metode warna yang digunakan pada perancangan media pendukung dengan menggunakan metode *Cyan Magenta Yellow* dan *Black* (CMYK) warna ini menyerupai dengan warna dasar yang telah standar di pergunakan.

i. Ilustrasi

Secara umum ilustrasi yang dipergunakan dalam perancangan kemasan makanan *dadiah* berupa kepala kerbau sehingga berkaitan dengan konsep dari perancangan *identity* kemasan makanan *dadiah* tersebut. Gambaran tersebut ditampilkan dan dikemas dalam sebuah ilustrasi yang menarik agar bias dipromosikan kemasyarakat baik didalam kota maupun diluarkota Bukittinggi.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi dilakukan dengan menggunakan alat komputer, ilustrasi, dan tipografi diproses menggunakan aplikasi corel draw x7, berikut proses produksi perancangan :



Gambar 1
Proses pembuatan Media Utama dan Media Pendukung
Raendraiogi Herlly

Pada perancangan Identity Kemasan makanan tradisional dadiah di gaduik Bukittinggi ini perancangan memakai aplikasi komputer yaitu corel draw x7

1. Final Design

Pada Perancangan Identity Kemasan Makanan Tradisional Dadih Di Graduik Bukittinggi ini memiliki prinsip prinsip perancangan di antara nya keseimbangan, tata letak, dan keterbacaan yang sangat jelas.



Gambar 2
Ilustrasi Kemasan dadih
(Oleh: Raendraiogi Herlly)



Gambar 3
Typografi Kemasan dadih
(Oleh: Raendraiogi Herlly)

KETERANGAN
Berdasarkan Dari beberapa sumber penelitian telah diketahui bahwa yogurt susu kerbau (dadih) banyak mengandung bakteri asam laktat, yang sangat potensial sebagai probiotik. tidak hanya itu saja, di dalam yogurt susu kerbau terdapat juga bakteri asam laktat (salah satu jenis bakteri probiotik) yang terbukti sangat penting perannya untuk pembentukan tekstur dan cita rasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Eni Harmayani dosen Fakultas Teknologi Pertanian UGM berhasil melakukan isolasi bakteri asam laktat (BAL) dari dadih. Bakteri tersebut dinamakan *Lactobacillus sp. Dad 13*. Selanjutnya berdasarkan uji invitro dan in vivo ternyata BAL dari dadih terbukti ampuh menurunkan kolesterol. Hasil penelitian tersebut tentu menjadikan kabar baik bagi penderita penyakit jantung koroner dan orang yang memiliki kandungan kolesterol dalam darah yang tinggi. Artinya, dadih potensial sebagai pengendali kolesterol.

Informasi Nilai Gizi	
Lemak	7,4
Protein	3,8
Laktosa	4,9
Abu/Mineral	0,78
BKTL (Bahan Kering Tanpa Lemak)	9,5
Air	83,1
Energi Susu Kerbau	160 kkal
Protein Susu Kerbau	6,3 gr
Lemak Susu Kerbau	12 gr
Karbohidrat Susu Kerbau	7,1 gr
Kalsium Susu Kerbau	216 mg
Fosfor Susu Kerbau	101 mg
Zat Besi Susu Kerbau	0 mg
Vitamin A Susu Kerbau	80 IU
Vitamin B1 Susu Kerbau	0,04 mg
Vitamin C Susu Kerbau	1 mg

B POM RI MD : 123456789012

Gambar 4
Informasi nilai Gizi dadih
(Sumber: Jurnal Evidar Wati, *Kualitas Dadih Susu Kerbau Dengan Lama Pemeraman Yang Berbeda*, 2009)

Final desain yang telah terpilih berdasarkan bimbingan melalui proses perancangan karya. Desain logo/merek ini dipilih karena menonjolkan *Identity packaging dadiah* sehingga target *audience* tertarik untuk mencari *dadiah* itu sendiri.



Gambar 5
Kemasan Dadiah
Raendraiogi Harlly

Penulis memilih alternatif desain kemasan yang pertama karena komposisi dan tata letak pada kemasan lebih terartur dibandingkan dengan alternatif 2 dan 3. Alternatif 1 juga menampilkan *tagline* dan informasi gizi yang lengkap dengan memungkinkan informasi dapat diterima oleh pengunjung.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan *identity* kemasan makanan Tradisional *dadiah* Pak Tedi, maka perancang menyimpulkan sebagai berikut : Tujuan Mengenalkan *Dadiah* Pak Tedi kepada masyarakat luas dan kepada wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat serta menciptakan Desain kemasan *Dadiah* yang baru tanpa menghilangkan bentuk Tradisionalnya (asli).

Pencapaian perancangan *identity* makanan Tradisional *dadiah* Pak Tedi selain menggunakan media utama, bentuk kemasan (*packaging*) juga menggunakan media pendukung seperti poster, *x-banner*, baju kaos, flayer, kartu nama, gantungan kunci, stiker, *totebag* dan plastik penutup bambu. Media pendukung ini diharapkan dapat memberikan informasi secara singkat dan membuat target *audience* semakin tertarik terhadap makanan tradisional *dadiah* Pak Tedi.

Saran

Diharapkan dalam perancangan promosi sebuah perusahaan atau lembaga, hal yang pertama dilakukan adalah melakukan *survey* langsung ke perusahaan atau lembaga terkait agar data-data yang didapatkan nyata dan *valid*. Selain itu hendaknya dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dan dapat menghubungkan masalah tersebut dengan media yang akan digunakan, sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan.

DAFTAR RUJUKAN

Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.

<https://fabelio.com/blog/color-wheel-senjata-untuk-memadukan-warna/> diakses :
25 November 2016

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pengemasan> di akses 4 November 2016

<http://irfanjulio.blogspot.co.id/2012/07/teori-warna-brewster.html> diakses : 25
November 2016

<http://www.rozisenirupa.com/2016/02/prinsip-tipografi.html> diakses 5 Desember
2016