

ANALISIS DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM MAKANAN TRADISIONAL LEMPER BERBAHAN ALAMI MEMILIKI DAYA TARIK DAN KETAHANAN MUTU PRODUK

Desiana Nur Indra Kusumawati¹, Wisnu Indra Kusumah², R. Widyo Wibisono.T³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Visual,
Institut Sains dan Teknologi
Al Kamal

e-mail: desianaririsro@gmail.com¹, wisnu.sanggarindrakusuma@gmail.com², tikowibisono68@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : April, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

A B S T R A C T

The problem with traditional UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) products is that there is no packaging design analysis that can make a product attractiveness and product resistance, especially in traditional food products with natural packaging materials that are not durable. The purpose of this study is to analyze the factors in a packaging design design for traditional UMKM products derived from natural materials so that apart from having attractiveness, they also have product quality resistance. The method used is a qualitative method which is based on collecting literature data and information from UMKM, traditional products, case studies of UMKMs with lempur food products, then the data is processed and analyzed then the results of the analysis are used as materials in designing a package for traditional lempur food products. The results obtained are packaging designs that have an appeal to design and labeling elements that provide information as well as packaging forms and materials that can protect traditional Lempur UMKM products from being easily damaged. In conclusion, before doing a packaging design, especially for UMKM food, traditional lempur products, it is necessary to do an analysis of packaging factors in order to produce a design that can make packaging attractiveness and can protect the product so that the product has durability through good packaging.

Key words : Analysis of Packaging Design, MSME Products, Lempur Traditional Food, Attractiveness and Product Quality Resistance

A B S T R A K

Permasalahan pada produk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tradisional yaitu belum adanya suatu analisis desain kemasan yang dapat menjadikan suatu daya tarik produk dan ketahanan produk khususnya pada produk makanan tradisional dengan bahan kemasan alami yang tidak tahan lama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor dalam sebuah perancangan desain kemasan pada produk UMKM tradisional yang berasal dari bahan alami sehingga selain memiliki daya tarik juga memiliki ketahanan mutu produk. Metode yang digunakan

adalah metode kualitatif yang didasarkan pada pengumpulan data literatur dan informasi dari UMKM produk tradisional studi kasus UMKM dengan produk makanan lempeng yang kemudian data tersebut diolah dan dianalisis kemudian hasil analisis di jadikan bahan dalam mendesain sebuah kemasan pada produk makanan tradisional lempeng. Hasil yang didapat adalah perancangan kemasan yang memiliki daya tarik pada unsur desain dan pelebelan yang memberikan informasi serta bentuk dan bahan kemasan yang dapat melindungi produk UMKM makanan tradisional lempeng agar tidak mudah rusak. Kesimpulannya Sebelum melakukan suatu perancangan kemasan terutama pada makanan UMKM produk tradisional lempeng perlu dilakukannya sebuah analisis factor-faktor kemasan agar menghasilkan suatu rancangan yang dapat menjadikan daya tarik kemasan dan dapat melindungi produk sehingga produk memiliki daya tahan melalui kemasan yang baik.

Kata Kunci: Analisis Desain kemasan, Produk UMKM, Makanan Tradisional Lempeng, Daya Tarik dan Ketahanan Mutu Produk

PENDAHULUAN

Desain kemasan atau dapat disebut juga Packaging adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Konsumen dapat dirangsang perhatiannya oleh daya tarik visual kemasan yang terlihat dalam produknya. Karena sebuah kemasan akan lebih dahulu menggambarkan dan mencitrakan sebuah produk yang ada di dalamnya.

Jajanan khas Nusantara ini salah satunya adalah yaitu Lempeng adalah penganan yang terbuat dari ketan yang biasanya berisi abon atau cincangan daging ayam, dan dibungkus dengan daun pisang. Lempeng sering dijadikan menu favorit dalam snack box di antara kue-kue tradisional lainnya. Kemasan atau packaging makanan ini adalah daun pisang dan dilindungi oleh kemasan sekunder berupa mika plastik sehingga dengan bahan alami tersebut menjadikan produk tidak bertahan lama dan citra kemasan sekunder lempeng yang hanya plastik saja menjadi makanan tidak memiliki daya tarik dan tidak ramah lingkungan oleh karena itu perlunya suatu analisis faktor kemasan agar menjadikan sebuah kemasan yang mempunyai nilai jual yang tinggi dan kemasan yang menarik dapat melindungi mutu produk. Penggalan penelitian ini pada UMKM

makanan tradisional pemilik ibu Suparni bertempat di Jl. warung gantung Kp. Kojan Jakarta Barat dimana pada kemasan awal tidak memiliki pelebelan sebagai daya tarik produknya dan pada produk makanan khususnya makanan lempeng memerlukan kemasan spesifik mengingat harus dikemas dengan keadaan fresh karena makanan lempeng tidak tahan lama apalagi pada kemasan yang kurang melindungi. Pada industri makanan dan minuman, faktor food safety dan terjaga kualitas produk sejak meninggalkan pabrik sangatlah diutamakan. Kategori Produk memerlukan kemasan spesifik, baik secara teknis maupun secara aturan. [1]

Dari permasalahan inilah maka peneliti melakukan penggalan dengan menganalisis dari masalah bagaimana cara meredesain kemasan UMKM makanan tradisional Lempeng Ibu Suparni agar dapat menyampaikan pesan, menjadi daya tarik pada konsumen? serta Bagaimana klasifikasi penggunaan bahan kemasan yang baik pada produk Lempeng agar dapat melindungi produk sehingga memiliki ketahanan mutu produk? dengan tujuan desain kemasan akan menjadikan daya tarik konsumen sehingga meningkatkan nilai jual bagi UMKM dan dengan memperhatikan penggunaan bahan kemasan dapat memperpanjang usia produk atau produk yang memiliki ketahanan produk karena pemilihan bahan kemasan yang baik.



Gambar 1. Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2021]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menurut Dantes pengertian metode deskriptif itu sendiri diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa sesuai dengan apa adanya dan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini [2].

Suharsimi Arikunto dan Andi Prastowo [3] bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variable, gejala, atau keadaan. Kemudahan data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, adapun pengertian dari penelitian kualitatif itu sendiri menurut Bogdan dan Taylor dalam buku Prastowo menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Desain sebagai pemecah masalah, dengan melihat dan mengkaji fenomena yang terjadi dalam masyarakat, akan mengerucut pada permasalahan yang akan dipecahkan melalui desain. Sedikitnya perbedaan dengan seni yang merupakan pengajawatahan dari cita-cita, ide, atau ungkapan dari seniman, desain memiliki arahan atau batasan

yakni persoalan yang dihadapi pelanggan, dalam hal ini bukan hanya pelanggan perorangan, melainkan juga komunitas, institusi bahkan negara. Pelanggan dalam hal ini berfungsi sebagai sponsor dari proyek yang dikerjakan oleh desainer. [4]

Digunakan metode kualitatif tujuannya untuk menggali informasi yang dalam dan menyeluruh tentang data-data yang akan di dapatkan melalui penggalan pada sebuah UMKM produk makanan tradisional Lempur, penelitian ini bertujuan untuk mengolah data yang dihasilkan

dari sebuah UMKM produk makanan tradisional Lempur kemudian menganalisisnya sebelum melakukan suatu redesign terhadap produk makanan tradisional tersebut yang dilakukan oleh peneliti yang merupakan Dosen pada Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal (ISTA) Prodi DKV, Jakarta. Target Penelitian adalah pelaku UMKM khususnya pada UMKM makanan tradisional yang biasanya berbahan kemasan alami bagaimana harus menganalisis factor-faktor kemasan terlebih dahulu untuk dapat menghasilkan suatu perancangan kemasan yang memiliki daya tarik dan dapat menjadikan daya tahan pada produknya. Hasil analisis pembahasan berupa sebuah konsep perancangan kemasan pada produk makanan tradisional yang berbahan alami seperti pada makanan Lempur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data/hasil

Kemasan adalah suatu wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk atau barang yang dikemas atau dibungkusnya. Pendapat lain mengatakan, kemasan adalah suatu material pembungkus produk yang berfungsi untuk melindungi, menampung, memberikan identifikasi, serta mempromosikan produk tersebut. Sementara itu, pengemasan menurut Kotler dan Keller (2009) adalah aktivitas merancang dan memproduksi suatu wadah sebagai sebuah produk. Pada awalnya, kemasan makanan hanya fokus untuk menjaga produk. Namun seiring berjalannya waktu, kemasan juga berperan penting dalam proses pemasaran.

Fungsi yang menjadikan tujuan kemasan sebuah kemasan yang utama yaitu :

- Melindungi kualitas produk
 - Membuat produk tahan lebih lama
 - Sebagai sarana komunikasi produk dan Branding kepada konsumen
 - Membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen
 - Membuat produk dapat diproduksi secara massal
 - Menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen, yaitu melihat, mendengar, membau, merasa, sampai pada putusan membeli dan menggunakan produk. [1]
- Syarat- syarat desain kemasan dalam buku *Preservasi Makanan Lokal* tulisan Risa Panti Ariani (2021): [5]
- Feed grade*, yaitu makanan tidak bersifat racun, sehingga aman untuk makanan.
 - Dapat melindungi produk dari kerusakan fisik, perubahan kadar air, gas, dan penyinaran.
 - Harus mampu melindungi produk dari kotoran dan kontaminasi lain agar produk tetap steril.
 - Efisien dan ekonomis, khususnya selama proses pengisian produk ke dalam kemasan.
 - Mudah dibuka, ditutup, ditangani, diangkut, dan didistribusikan.
 - Memiliki ukuran, bentuk, dan bobot yang sesuai dengan standar yang ada.
 - Mudah dibuang, dibentuk, dan dicetak.
 - Menampilkan identitas, informasi, dan penampilan produk yang jelas, sehingga dapat menunjang promosi.
 - Wadah yang digunakan dalam pengemasan bahan pangan dan non pangan.

Klasifikasi Bahan Kemasan dilihat dari kemasan produk : a. berdasarkan struktur sistem kemasan produk, b. berdasarkan frekuensi pemakaian c.

Tingkat kesiapan pakai, d. Sifat kekakuan bahan kemasan [1].

Pelebelan Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas.

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh Seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk Membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Fungsi pendaftaran merek adalah sebagai berikut:

- Sebagai alat bukti sebagai pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan;
- Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya;
- Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau Sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Citra atau sebuah branding image pada sebuah kemasan sangatlah dibutuhkan karna citra pada suatu kemasan adalah menonjolkan sebuah produk yang dituju. Ada konsep yang dibutuhkan untuk menunjukan sebuah produk yaitu konsep AIDA. Aida Model merupakan salah satu model yang paling lama digunakan dalam dunia Advertising, kurang lebih sudah dikembangkan sejak abad ke 19. Konsep ini memberikan pemahaman yang penting dari sisi konsumen terhadap apa yang mereka inginkan [6].

Dalam dunia seni rupa di Indonesia, kata desain kerap dipadankan dengan : reka bentuk, reka rupa, tata rupa, perupa, anggitan, rancangan, rancang bangun, gagasan rekayasa, perencanaan, kerangka, sketsa ide, gambar, busana, hasil keterampilan, karya kerajinan, kriya, teknik presentasi, penggayaaan, komunikasi rupa, denah, layout, ruang (interior), benda yang bagus, pemecahan masalah rupa, senirupa, susunan rupa, tata bentuk, tata warna, ukiran, motif, ornamen, grafis, dekorasi, (sebagai kata benda) atau ; menata, mengkomposisi, merancang, merencana, menghias, memadu, menyusun, mencipta, berkreasi, menghayal, merenung, menggambar, meniru gambar, menjiplak gambar, melukiskan, menginstalasi, menyajikan karya (sebagai kata

kerja) dan pelbagai kegiatan yang berhubungan dengan proses perupaan dalam arti luas [7]. Dilakukannya suatu analisis fungsi atau tujuan kemasan dari kemasan terdahulu kemudian dilakukan suatu langkah solusi

Tabel 1: Analisis Fungsi atau Tujuan Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur pada kemasan terdahulu
[Sumber: Dokumen Peneliti]

Gagasan Pokok	Sesuai	Tidak Sesuai	Solusi
1. Melindungi Kualitas Produk	-	Tidak	Perancangan kemasan yang rapih dan terlindungi
2. Membuat produk tahan lebih lama	-	Tidak	Pada kemasan sekunder awal menggunakan plastik mika yang saat di buka tidak dapat ditutup kembali solusi perlu desain kemasan sekunder yang melindungi produk dapat di buka tutup.
3. Sebagai sarana komunikasi produk dan Branding kepada konsumen	-	Tidak	Tidak memiliki promosi dan logo pada kemasan awal sebagai alat promosi dan branding sehingga diperlukan suatu perancangan untuk branding produk.
4. Membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen	-	Tidak	Perlu konsep desain kemasan yang memudahkan pengangkutan dari produsen sampai ke konsumen.
5. Membuat produk dapat diproduksi secara masal,	-	Tidak	Dengan konsep desain kemasan yang dapat mawadahi produk secara masal (dapat ditumpuk dalam jumlah banyak)
6. Menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen.	-	Tidak	Perlu desain kemasan yang dapat menjadi daya tarik konsumen terhadap seluruh aspek pancaindra konsumen (Prinsip Promosi AIDCA)

Tabel 2: Analisis Syarat Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur Kemasan Terdahulu
[Sumber: Dokumen Peneliti]

Gagasan Pokok	Sesuai	Tidak Sesuai	Solusi
1. <i>Feed grade</i> , yaitu makanan tidak bersifat racun, sehingga aman untuk makanan.	Sesuai	-	Makanan lempur merupakan makan tradisional Indonesia yang sudah dikenali dan tidak beracun.
2. Dapat melindungi produk dari kerusakan fisik, perubahan kadar air, gas, dan penyinaran.	-	Tidak Sesuai	Penggunaan bahan awal mika plastik transparan dapat mudah terkena penyinaran langsung perlu adanya kemasan yang dapat melindungi.
3. Harus mampu melindungi produk dari kotoran dan kontaminasi lain agar produk tetap steril.	-	Tidak Sesuai	Kemasan mika plastik tidak dapat di tutupkembali saat di buka sehingga tidak steril saat telah terbuka perlu adanya desain kemasan yang dapat di buka tutup dengan baik.
4. Efisien dan ekonomis, khususnya selama proses pengisian produk ke dalam kemasan.	Sesuai	-	Kemasan awal sudah efisiensi namun belum ada citra dan promosi pelebelan yang disesuaikan menyatu dengan kemasan perlu dilengkapi pelebelan.
5. Mudah dibuka, ditutup, ditangani, diangkut, dan didistribusikan.	-	Tidak Sesuai	Kemasan awal dari platik yang agak lentur sehingga agak sulit pendistribusiannya dalam keadaan banyak perlu desain kemasan dari bahan yang memiliki kekakuan agak kaku. Dan bila dibuka tidak dapat ditutup sehingga juga harus ada konsep kemasan yang dapat di buka dan ditutup untuk memudahkan dan produk tahan lama.

6. Memiliki ukuran, bentuk, dan bobot yang sesuai dengan standar yang ada.	-	Tidak Sesuai	Untuk ukuran dan bentuk sudah sesuai hanya bobot kemasan awal yang ringan dan terlalu lentur sehingga tidak sesuai dengan produk yang memiliki bobot agar berat perlu disesuaikan bahan kemasan yang memiliki kekakuan lebih agar sesuai dengan produknya.
7. Mudah dibuang, dibentuk, dan dicetak.	-	Tidak Sesuai	Kemasan awal mika plastik sulit di buang terutama dalam proses daur ulang, sehingga perlu di desain bahan kemasanyang ramah lingkungan dari kertas/ kardus yang ramah lingkungan.
8. Menampilkan identitas, informasi, dan penampilan produk yang jelas, sehingga dapat menunjang promosi.	-	Tidak Sesuai	Kemasan awal belum memiliki identitas, informasi dan penampilan produk yang jelas terutama dalam pelebelaan oleh karena itu perlu desain sebagai penyampai identitas, informasi pada penampilan produk yang jelas agar menjadidaya tarik bagi konsumen.
9. Wadah yang digunakan dalam pengemasan bahan pangan dan non pangan.	-	Tidak Sesuai	Wadah awal hanya pada tahap wadah saja namun belum memudahkan pendistribusian kepada konsumen bila dalam jumlah besar.

PEMBAHASAN

Adanya pemaknaan logo berdasarkan pemaknaan Semiotika agar menghaikan suatu citra branding melalui sebuah logo. Tokoh Semiotika Charles Sanders Pierce (1839-1914) Pierce menyebut ilmu yang dibangunnya Semiotika (*semiotics*). Menurut Pierce, tanda (*representament*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan Pierce dikenal dengan segitiga semiotic. Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan

Pierce dikenal dengan segitiga semiotic. Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol [8]. Indeks pada Typografi yang digunakan pada logo Lemperisasi ini menggunakan font Antonellie Calligraphy dan Comic Sans. Font ini dipilih karena dilihat lembut seperti tekstur dari lempur itu sendiri.



Gambar 2. Ikon Desain Logo Produk UMKM Makanan Tradisional Lemper
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2021]

Contoh font cooper black :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Contoh font Comic Sans :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Indeks pada Citra yang tampil pada tagline

Melemperkan Semua Orang.

Ini adalah tagline dari produk Lemperisasi ini, dan tagline ini mempunyai arti “membuat orang yang tidak suka lempre menjadi suka, dan yang suka menjadi lebih suka”.

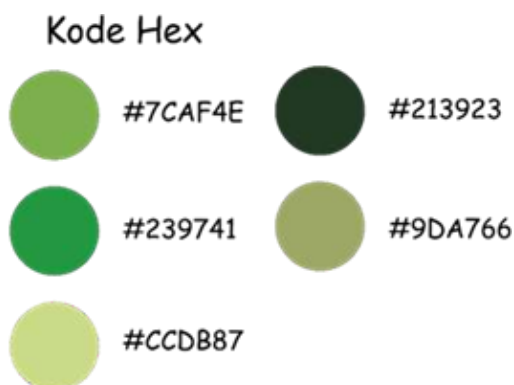
Indeks Warna Hijau identik dengan warna alam yang mampu memberikan suasana tenang serta santai. Warna ini juga bisa membangkitkan ketenangan untuk mengumpulkan energi baru. Dalam bentuk kepribadian, hijau memiliki sifat tenang, berpikiran dewasa, dan sopan. Hijau memiliki sifat keseimbangan dan selaras. Orang dengan tipe ini selalu bisa menjadi penengah dalam setiap perbedaan. Selain itu, ia juga menghindari hal-hal yang berbau konflik. Dalam seni design, warna hijau memiliki arti tersendiri karena memberi kesan segar dan membumi, terlebih jika dikombinasikan dengan warna coklat gelap, seperti tumbuhan dan tanah. Simbol pemaknaan Logo Ada beberapa makna atau arti yang terdapat pada logo Lemperisasi yaitu : Logo produk ini dibuat sesimple mungkin, hanya ada gambar lempre dan typografi “lempreisasi” yang bergaya script. Terdapat warna hijau pada logo lempre dan typografi tetapi, dengan tone warna yang berbeda. Warna hijau maknanya antara lain tenang, sejuk, dingin, pertumbuhan, mentah, segar, harapan dan lain sebagainya. Logo ini dibuat supaya mudah

dipahami oleh siapapun yang melihatnya, karena adanya identitas barang yang dijual berupa logo lempre dan nama produk yaitu “Lemperisasi”. Pada Desain kemasan primer tetap menggunakan kemasan alami yaitu daun pisang sesuai dengan produk makanan tradisional lempre, namun pada kemasan Sekunder dilakukan redesain dengan bentuk kemasan yang simple berdasarkan ada empat cara membuat kemasan yang sukses, yaitu :

1. Buatlah kemasan yang sederhana.
2. Buatlah dampak visual yang tinggi melalui merek, fotografi, dan elemen-elemen grafisnya.
3. Perkuat merek dan intisarnya terlihat.
4. Inovatif dan kreatif [9].

Melihat dari cara pembuatan kemasan diatas maka hasil analisis yang telah dilakukan mencari bentuk kemasan yang sederhana namun memperhatikan aspek elemen desain grafis, merek dan intisari produk yang jelas serta inovatif dan kreatif dalam mengolah merek produk agar terlihat tampilanyang jelas dan memiliki citra tersendiri sebagai daya tarik serta yang utama adalah kemasan yang dapat melindungi produk memiliki daya tahan agar kualitas/mutu produk terjaga baik, tampilan kemasan sekunder pada produk lempre yaitu sebagai berikutKemasan besar berisi sebanyak 54 pcs lempre berbentuk kotak/box berbentuk sederhana yang dapat menambah daya tarik konsumen berbahan dasar kertas tebal agar kemasan tidak mudah rusak, mudah dibuka dan ditutup, dapat didaur ulang dan bisa digunakan kembali untuk menyimpan segala sesuatu dengan ukuran yang pas di kemasan.

Berjenis tas bahan kain yang berbahan dasar kain agar memiliki kekuatan tidak mudah rusak saat membawa produk pada beberapa kemasan sekunder, diharapkan kemasan ini dapat menampung 2 sampai 3 tumpuk box kemasan sekunder.



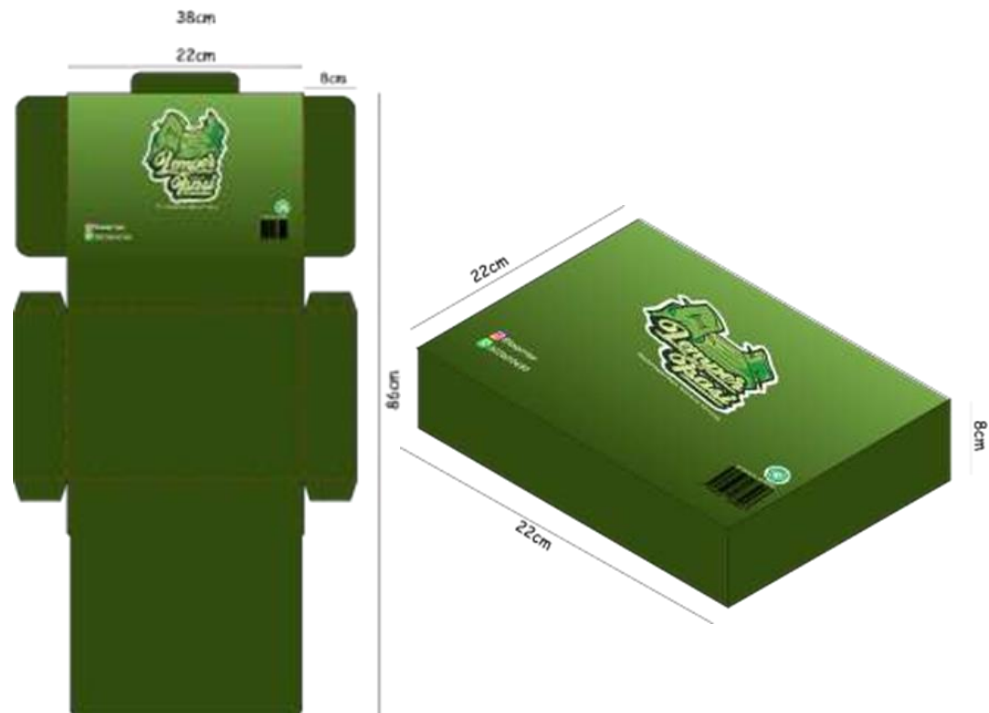
Gambar 3. Pemilihan warna Logo dan Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lemper
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2021]



Gambar 4. Pemilihan Bahan Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2021]

Kertas kraft ada yang berwarna coklat (sering disebut kertas kraft) dan ada yang berwarna putih (white kraft). Biasanya dibuat dari campuran pulp (bubur kertas) kayu pinus dengan serat memanjang ($\pm 60\%$) dan kertas daur ulang ($\pm 40\%$) serta ditambahkan bahan kimia untuk memperoleh sifat khusus pada kertas. Kertas ini bersifat kuat, keras, dan daya serapnya rendah. Oleh karena itu biasa dipakai di bagian luar corrugated paper yang berfungsi memberi kekuatan jebol (burst strength) dan menahan kelembapan/basah (moisture resistance, wet strength). Selain untuk bahan makanan tradisional.

corrugated paper, kertas kraft juga banyak dipakai untuk membuat kemasan berbentuk kantung, sak, pembungkus, amplop, dan sebagainya. Dengan pegangan tali/bahan kain agar memudahkan konsumen dalam membawa produk. Kemasan tersier berbentuk tas bahan kain dapat digunakan berkali-kali dan dapat digunakan untuk yang lain sehingga dapat menjadidaya tarik konsumen. Penggunaan warna coklat memberikan kesan alami, klasik dan kesederhanaan sesuai dengan produk lempur yang merupakan



Gambar 5. Layout 2D dan 3D Kemasan Sekunder Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun 2021]



Gambar 6. Desain 3D Kemasan Tersier Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, Tahun

KESIMPULAN

Kemasan merupakan salah satu solusi untuk menarik perhatian konsumen karena berhadapan langsung dengan konsumen. Seiring dengan berkembangnya jaman dan meningkatnya persaingan, fungsi kemasan yang dulunya hanya sebagai wadah atau pelindung berubah menjadi alat jual yang memberikan dan menciptakan citra kepada produk yang dijualnya. Kemasan merupakan satu bagian dari Desain Komunikasi Visual yang menuntut banyak pertimbangan dalam Proses pembuatannya karena selain mempertimbangkan faktor estetis dan fungsionalnya, seorang desainer kemasan yang baik juga harus memikirkan bagaimana kemasan yang didesain dapat menarik perhatian konsumen untuk memenangkan persaingan pasar dengan melakukan analisis terhadap factor-faktor kemasan dan memperbaiki melalui desain kemasan yang memperhatikan segala aspek. Klasifikasi kemasan yang lengkap jugamenjadi salah satu factor dapat melindungi isi produk agar bertahan lebih lama kekuatan dan kualitas dari produk khususnya produk kemasan tradisional seperti lempur yang tidak tahan lama sehingga perlu diperhatikandalam perancangan kemasan yang baik dengan memperhatikan selain factor estetika juga fungsi kemasanyang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sri Julianti, *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- [2] D. Nyoman, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2012.
- [3] P. Andi, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- [4] Didit Widiatmoko Soewardikoen, *Metodelogi Penelitian DKV*. Yogyakarta: PT. Karnisius, 2019.
- [5] Risa Panti Ariani, *Preservasi Makanan Lokal*. Gramedia Digital, 2021.
- [6] Frank Jefkins/Penerjemah Haris Munandar, *Advertising 3rd Edition*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- [7] Y. Y. S. Agus Sachari, *Pengantar Tinjauan Desain*. ITB., 2020.
- [8] S. Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*. Jelasutra., 2013.
- [9] S. S. Nanang Wahyudi, *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.