

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN KERIPIK SINGKONG
PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN KERIPIK SINGKONG UD. AJI JAYA MAKMUR DI
KECAMATAN CERME DI KABUPATEN GRESIK**

Riki Dwi Setiawan

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Rikidwisetiawan45@yahoo.com

Eko A. B. Oemar

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Ekoaboemar@yahoo.co.id

Abstrak

Industri usaha kecil dan menengah keripik singkong (UKM) UD. Aji Jaya Makmur dikenal sebagai sentra industri makanan ringan, diantaranya adalah keripik singkong dengan varian rasa gurih yang terdapat di kabupaten Gresik terdapat di dusun Ngebret desa Morowudi kecamatan Cerme. Usaha yang telah dirintis sejak tahun 2003 tersebut tahun demi tahun semakin berkembang. Pada awalnya hanya dipasarkan secara lokal di kabupaten Gresik dan sekitarnya. Namun kini sudah merambah ke luar Jawa seperti Kalimantan dan memiliki potensi untuk menjadi produk makanan ringan yang nikmat dan aman dikonsumsi untuk sehari-hari. Untuk itu perlu adanya pengembangan desain kemasan untuk menghadapi pemasaran wilayah yang luas agar lebih dapat bersaing, menarik serta diminati konsumen. Sumber data diambil dengan wawancara kepada pemilik UD. Aji Jaya Makmur. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi; metode analisis data menggunakan teknik analisis kualitatif ; Hasil karya desain kemasan dengan tema "Have Fun". Visualisasi karya diolah menggunakan software Corel Draw dan adobe photoshop. Pengembangan desain kemasan ini diharapkan dapat memberikan masukan yang mendalam serta meningkatkan kualitas desain kemasan produknya kepada UD. Aji Jaya Makmur.

Kata Kunci : *Desain Grafis, Kemasan, Keripik Singkong, UD. Aji Jaya Makmur*

Abstract

Small and medium industrial enterprises of cassava chips (SMES) of Aji Jaya Makmur Enterprise is known as the center of snack industry, such as cassava chips with savory flavors located in Gresik, particularly in Ngebret Orchard Morowudi village Cerme districts. The enterprise that has been initiated since 2003 is growing well year to year. Basically it is only marketed locally in Gresik and surrounding counties. But now it has been expanded to the outside of Java such as Kalimantan and it has the potential to be a delicious snack products and safe for daily consumption. So that it needs the development of packaging designs to face the marketing in a large area in order to make it more competitive, attractive and consumer demand. Sources of data taken with an interview to the owner of Aji Jaya Makmur enterprise. Data collection Technique includes interviews, observation, and documentation; Data analysis using qualitative analysis techniques; The work of packaging design with the theme "Have Fun". Visualization works processed using Corel Draw and Adobe Photoshop software. Development of packaging design is expected to provide depth feedback and to improve product packaging design quality to Aji Jaya Makmur Enterprise.

Keywords: *Graphic Design, Packaging, Cassava Chips, Aji Jaya Makmur Enterprise*

PENDAHULUAN

Keripik singkong produksi UD. Aji Jaya Makmur tersebut merupakan salah satu industri makanan ringan rumahan terbesar di kabupaten Gresik. Produknya diproses secara tradisional dan tanpa bahan pengawet sehingga dijamin kebersihannya dan kualitas rasanya. Sehingga berpotensi untuk menjadi produk makanan ringan yang nikmat dan aman dikonsumsi untuk sehari-hari. Pada awalnya hanya dipasarkan secara lokal di

kabupaten Gresik dan sekitarnya. Namun kini sudah merambah ke luar Jawa seperti Kalimantan.

Dalam proses pengembangan wilayah pemasaran yang luas maka akan dihadapkan pada persaingan sangat ketat. Untuk menghadapi persaingan di era globalisasi seperti sekarang, maka perlu strategi pemasaran yang tepat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui penyajian produk dalam kemasan yang menarik. Pada saat ini sudah banyak perusahaan yang berkembang yang menjadi pesaingnya. Menciptakan desain kemasan yang

menarik dan menciptakan citra produk mereka dalam benak diri konsumen.

Kemasan yang digunakan UD. Aji Jaya Makmur saat ini menggunakan warna biru dan merah, cara sepintas warna biru cukup mendominasi kemasannya. Gambar pendukung merek menggunakan gambar vektor berupa burung rajawali. Typografi pada merek produk berada disisi atas dibawah letak typografi jenis produk. Tagline berada pada bawah sisi bawah gambar pendukung merek. Kemasan berbentuk kotak panjang vertikal menggunakan material plastik transparan yang disablon dengan logo produsennya tersebut juga sangat sederhana dan sudah sangat umum sehingga terlihat biasa. Desain kemasan keripik singkong produksi UD. Aji Jaya Makmur menurut peneliti masih kurang menarik dan belum dapat bersaing jika dibandingkan dengan pesaing lokal misalnya keripik singkong Jendral Pedas di Surabaya. Karena material kemasan yang digunakan pada UD. Aji Jaya Makmur hanya berupa plastik yang sangat rentan remuk saat pengepakan dan pada saat distribusi banyak. Selain itu juga informasi pada kemasan kurang lengkap, sehingga kemasan tersebut tidak memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, seperti informasi tanggal kadaluwarsa dan bahan baku pembuatan. Peneliti berpendapat bahwa untuk menghadapi persaingan pasar yang lebih ketat, maka desain kemasan keripik singkong produksi UD. Aji Jaya Makmur perlu adanya pengembangan desain kemasan.

Kemasan merupakan satu dari sekian komponen penting digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik. Menurut Hidayat (2012:iii) kemasan merupakan suatu dari komponen diterima atau tidaknya suatu produk dipasar. Pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu produk agar mempunyai bentuk bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi. (Klimchuk Krasorvec, 2008:1).

Pengetahuan tentang prinsip dasar desain tentunya sangat dibutuhkan dalam merancang sebuah desain menurut Klimchuk dan Krasorvec (2008:79) pengetahuan tentang prinsip dasar desain dua dimensi atau dua matra adalah komponen penting bagi setiap tugas penyelesaian masalah visual. Prinsip dasar desain, sebagaimana terkait dengan penggunaan elemen-elemen desain seperti garis, bentuk, warna dan tekstur, menyediakan panduan yang membentuk komunikasi visual dan kemampuan untuk bermanuver dalam proses desain kemasan.

Menurut Oemar (2006:1) Desain dua matra dapat dipahami sebagai rancangan karya visual atau rupa yang mempunyai dua matra atau dua dimensi yang terdiri dari dimensi memanjang dan melebar. Perancangan karya desain dua matra merupakan pengorganisasian unsur-unsur visual dua matra dengan komposisi yang harmonis, sebagai landasan dalam kegiatan apresiasi dan penciptaan karya seni rupa dua matra. Desain dua dimensi dimulai dari suatu pemahaman mengenai tata letak, yaitu susunan elemen-elemen desain yang memiliki tujuan untuk membentuk komunikasi visual.

Pengembangan desain kemasan pada Keripik Singkong UD. Aji Jaya Makmur diharapkan dapat

merangsang minat serta kesadaran dan mempengaruhi minat beli konsumen. Terutama pada tampilan visualnya seperti pemakaian warna, gaya typografi, huruf, dan elemen desain lainnya serta memiliki karakteristik sendiri atau identitas yang merupakan hal penting bagi pengembangan desain kemasan produk sebagai media alat promosi serta sebagai pertimbangan perusahaan dalam desain kemasan UD. Aji Jaya Makmur selanjutnya.

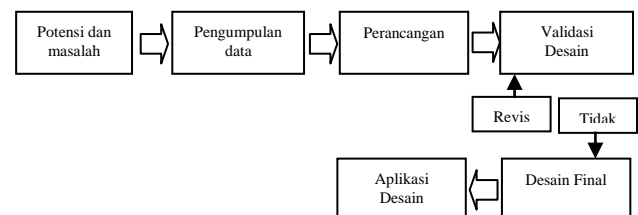
METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode define, desain, develop dengan jenis penelitian Research and Development (R&D yaitu menguraikan permasalahan pada desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur secara cermat dan teliti berdasarkan fakta-fakta yang ada dilapangan.

Dalam penelitian ini peneliti meninjau efektifitas desain kemasan produk makanan ringan keripik singkong di dusun Ngebret kecamatan Cerme kabupaten Gresik yang sudah ada dibandingkan dengan pesaingnya dan jika terbukti desain kemasan makanan ringan keripik singkong tidak efektif dalam mengatasi masalah pemasaran maka peneliti mengembangkan desain kemasan keripik singkong tersebut agar menjadi lebih kompetitif. Dengan demikian, laporan penelitian ini berisi data- data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Melalui penelitian ini akan melakukan analisis visual pada desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur serta melakukan perbandingan desain kemasan dengan kompetitornya sebagai ide penciptaan desain kemasan yang baru. Data yang diambil berasal dari catatan lapangan, angket, foto, wawancara, dan beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini di rumah produksi keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang berada di dusun Ngebret kecamatan Cerme kabupaten Gresik Jawa Timur dan rumah Bapak Suwaji di dusun Ngebret desa Morowudi kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, Jawa Timur. karena disinilah tempat produksi sekaligus tempat packing atau pengemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur. sedangkan lokasi perancangan desain dilakukan di Surabaya



Bagan 1. Langkah-langkah Penelitian dan Proses Penciptaan Kemasan UD. Aji Jaya Makmur Setelah memodifikasi R & D menurut Sugiyono

Bagan di atas menjelaskan tentang langkah kerja yang dilakukan peneliti, langkah kerja ini diadaptasi dari langkah kerja R&D milik Sugiyono (2006: 335).

Pada langkah kerja tersebut dijelaskan potensi dan masalah sebagai berikut. Potensi pada penelitian ini adalah keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur pembuatannya masih diproses secara tradisional dan tanpa bahan pengawet yang awalnya dipasarkan secara lokal dan kini mulai berkembang dipasarkan ke wilayah yang lebih luas. Untuk menghadapi persaingan yang lebih ketat maka desain kemasan keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur memerlukan pengembangan desain agar lebih bersaing (kompetitif). Setelah diketahui potensi dan masalah dari desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data. Data - data dalam penelitian didapatkan melalui sampel foto desain kemasan keripik yang beredar di pasaran serta sampel kemasan keripik singkong dari UD. Aji Jaya Makmur.

Setelah pengumpulan data maka dilakukan perancangan desain dengan langkah - langkah desain yang dibuat dalam bentuk thumbnail diproses dengan komputer menggunakan software Coreldraw dan Photoshop kemudian. Ide didapat dari nama perusahaan dan seluk beluk keripik singkong sebagai produk makanan ringan yang nikmat dan aman dikonsumsi untuk sehari-hari. Desain yang baru dibuat dengan menggunakan desain yang sudah ada sebagai acuan, jadi tidak menghilangkan ciri desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang sudah ada. Ciri khas dari desain keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang sudah ada yaitu dominan menggunakan warna biru. Desain baru yang telah dibuat kemudian diwujudkan dalam bentuk gambar yang dicetak di atas kertas agar mudah dipahami dan dinilai oleh validator.

Setelah diberi saran dan keritik oleh validator maka menghasilkan desain final dan proses selanjutnya aplikasi desain. Selanjutnya yaitu mencetak desain kemasan dan divalidasi oleh ahli aplikasi desain yaitu 2 dosen, 1 orang pemilik UD. Aji Jaya Makmur. Penilaian ini terdiri dari segi efektifitas font, ilustrasi, warna dan komposisi susunan desain. Setelah desain melalui beberapa proses validasi menghasilkan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Bagian Depan kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur


Desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur bagian depan hanya berupa sablon dengan logo produsennya, terdapat perpaduan antara warna biru, merah dan putih. Secara sepintas warna biru mendominasi desain kemasannya. Tidak ada ilustrasi yang digunakan dalam kemasan keripik singkong tersebut, hanya ada logo produsennya saja. menggunakan teknik vektor yang menampilkan bentuk burung garuda dan ditengah logo burung rajawali tersebut terdapat nama perusahaan.

Nama produk berada pada sisi tengah atas dengan tipografi yang cukup besar untuk dibaca dan menggunakan huruf *script*. Kemasan berbentuk kotak dengan berat jenis 150 gram dengan ukuran 18 x 30 cm . informasi seperti berat produk terdapat depan dibawah.

Informasi lain seperti kadaluarsa cukup terlihat jelas di bagian depan kiri dan kanan kemasan. Terdapat pula komposisi serta alamat produsen di bawah nomor keterangan dari depkes. Terdapat pula keterangan yang dapat menarik konsumen untuk membeli adalah keterangan bahwa produk ini enak, gurih dan lezat. Menunjukkan bahwa keripik singkong tersebut sehat dan bergizi untuk dikonsumsi. Berikut ini hasil tabel analisis formal dari kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur

Tabel 1. analisis formal keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur

No	Gambar	Keterangan
1.		Gambar pendukung merek dan nama produsen
2.		Jenis Produk
3.		Nama produk / merek produk
4.		Nomor depkes
5.		Alamat produsen
6.		TagLine

5.		Tanggal kadaluarsa
----	---	--------------------

Setelah melakukan analisis deskriptif dan analisis formal terhadap desain keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tahap selanjutnya adalah mencari presentase perbandingan desain kemasan desain keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tahap dengan desain kemasan pesaingnya yang menghasilkan data sebagai berikut ;



Gambar 2. Desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur dibandingkan dengan Pesaingnya

Dari aspek warna, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur cukup menarik jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik singkong jendral pedas. Hanya saja warna desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur kurang menarik pada perbandingan warna merah dan biru pada sampul depan kemasan.

Dari aspek Struktur fisik atau Bentuk kemasan, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur kurang menarik jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik singkong jendral pedas. Hal ini dikarenakan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tampak sederhana dibandingkan dengan tampilan desain kemasan keripik singkong Jendral Pedas yang tampilannya menarik.

Dari aspek ilustrasi, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tidak menarik jika dibandingkan dengan ilustrasi desain kemasan keripik Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tidak ada gambar ilustrasinya dan terlihat biasa saja dari pandangan responden.

Dari aspek tipografi, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tidak menarik jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik lokal yaitu keripik singkong Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan tipografi yang digunakan pada kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur pada nama produk "Cap Rajawali" tidak jelas atau tidak mudah dibaca dari penilaian responden.

Dari aspek kesesuaian dengan produknya, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur sedang atau cukup sesuai jika dibandingkan dengan desain

kemasan keripik lokal yaitu keripik singkong Jendral Pedas. Hanya saja kesesuaian produk dan warna desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur dengan kurang serasi.

Dari aspek visualisasi desain dengan keseluruhan, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur cukup menarik jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik lokal Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan tampilan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur terlihat biasa dan masih banyak menyisahkan ruang kosong sehingga informasi yang disampaikan tersebut kurang efisien.

Dari aspek keaslian desain, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur menarik atau original jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik lokal Jendral Pedas.

Dari aspek mudah diingat, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur mudah diingat jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik lokal Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan warna yang dipakai pada kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur menggunakan warna yang berbeda sehingga mudah untuk diingat dan dikenali.

Dari aspek ramah lingkungan, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tidak ramah lingkungan jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik lokal Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan bahan yang digunakan pada kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yaitu plastik. plastik merupakan bahan yang tidak bisa diurai. Hanya saja bisa menjadikan produk keripik singkong lebih higienis, dapat bertahan lama, tidak cepat melempem (basi).

Dari aspek bersaing, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur tidak dapat bersaing jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik singkong lokal Jendral Pedas. Hal ini dikarenakan tampilan desain kemasan keripik singkong jendral pedas dinilai responden lebih rapi, lebih menarik secara visual dan lebih jelas dibandingkan dengan kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur.

Maka dapat disimpulkan bahwa desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur sudah efektif dalam pemasaran lokal yaitu di wilayah kabupaten Gresik. Namun untuk pemasaran wilayah yang lebih luas dan global peran desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur dinilai kurang efektif dan kurang dapat bersaing.

Berdasarkan hasil dari kuisioner tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan wilayah pemasaran yang semakin luas dan untuk menghadapi persaingan yang lebih ketat produk kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur memerlukan pengembangan desain kemasan.

Setelah mencari presentase perbandingan dan mendapatkan kesimpulan maka tahap selanjutnya adalah proses pembuatan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang baru. Desain kemasan yang baru dibuat mengacu pada desain yang sudah ada namun dengan konsep yang baru.

Pada desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yang baru konsep yang digunakan adalah

traditional modern dengan pemilihan konsep warna warna biru, putih dan kuning yang lebih cerah dengan menggunakan pengaturan intensitas hue (ragam/jenis warna), value (gelap, terang warna), dan saturation (cerah, suram warna). Hal ini bertujuan agar desain kemasan yang baru memiliki warna yang lebih cerah dan menarik.

warna yang sama dengan warna kemasan yang lama, yaitu hijau, kuning dan oranye. Namun warna yang dipilih pada desain kemasan yang baru tidak benar-benar mirip dengan desain yang lama, karena menurut hasil penelitian warna desain yang lama terlalu gelap dan kurang menarik. Dalam pengembangan desain kemasan yang baru peneliti menggunakan warna hijau, kuning dan oranye yang lebih cerah dengan menggunakan pengaturan intensitas hue (ragam/jenis warna), value (gelap terang warna), dan saturation (cerah, suram warna). Hal ini bertujuan agar desain kemasan yang baru memiliki warna yang lebih cerah dan menarik.



Gambar 3. Sketsa dasar keripik singkong yang akan diolah menjadi vektor

Ilustrasi yang digunakan pada pengembangan desain kemasan keripik singkong yang baru ini adalah keripik singkong yang menggunakan teknik vektor atau digital printing serta menggunakan teknik fotografi yakni berupa produk keripik singkong. Pada ilustrasi desain alternatif pertama warna disesuaikan dengan warna kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yaitu warna kuning, ilustrasi desain alternatif kedua warna kecoklatan sedangkan pada ilustrasi pada desain alternatif desain ketiga menggunakan warna biru cerah.

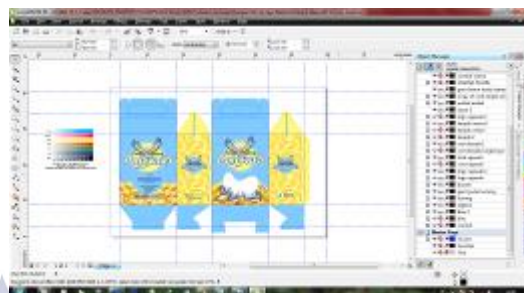


Gambar 4. Foto ilustrasi produk keripik singkong

Pada ilustrasi desain alternatif ketiga peneliti menggunakan ilustrasi foto produk keripik singkong. Proses digital untuk hasil olah foto produk keripik singkong peneliti menggunakan software *adobe photoshop*. *Adobe photoshop* merupakan perangkat lunak

dikhususkan untuk editor foto atau gambar dan pembuatan efek.

Selanjutnya tahap visualisasi pengembangan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur peneliti menggunakan software *Corel Draw*. *Corel Draw* adalah perangkat lunak komputer yang digunakan untuk mengolah gambar - gambar vektor.



Gambar 5. Visualisasi pengembangan Desain kemasan menggunakan software *Corel Draw*

Perancangan dimulai dari membuat desain kemasan sekunder. Desain kemasan sekunder adalah desain kemasan yang paling luar. Pada pengembangan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur desain kemasan sekunder berfungsi sebagai pelindung, mempermudah distribusi dan menambah nilai estetika kemasan.



Gambar 6. Komposisi layout desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur desain 1



Gambar 7. Komposisi layout desain

kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur desain 2



Gambar 8. Komposisi layout desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur desain 1

Setelah divalidasi oleh validator, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa alternative desain 3 lebih menarik dan layak daripada alternative desain yang lain dengan beberapa perbaikan yang harus dilakukan untuk menyempurnakan desain. Perbaikan-perbaikan tersebut diantaranya yang disampaikan oleh para validator pada lembar komentar dan saran validasi adalah desain masih banyak persamaan jadi masih butuh perbaikan untuk membedakan, munculkan icon yang lebih menggambarkan identitas produk atau perusahaan sehingga akan berbeda dengan pesaing, perlu diperhatikan tata letak, untuk sebuah produk dengan harga 20 ribu butuh gaya desain yang lebih elegan untuk sasaran pasar tersebut, dengan demikian desain diperbaiki sesuai komentar validator dan desain yang telah diperbaiki sesuai saran validator kemudian diuji coba (dua) dosen UNESA dan 1 (satu) pemilik keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur bapak Suwaji. Tujuannya adalah untuk menilai dan memilih salah satu dari tiga alternatif desain yang sudah dikembangkan. Validasi aplikasi desain dilakukan karena desain kemasan akan berhadapan langsung dengan konsumen, karena itu penting untuk melibatkan pemilik UD. Aji Jaya Makmur dan ahli desain untuk menentukan hasil akhir dari pengembangan kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur.

Berdasarkan hasil dari validasi aplikasi dari para ahli dan pemilik keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur. 1 orang penguji bapak Rois Abidin memilih desain nomor 3 (validasi aplikasi desain bisa dilihat dilampiran) dengan alasan desain pada alternatif 3 dinilai lebih cocok diposisikan pada kelas menengah ke atas, karena selain desain yang tampil elegan dan semi minimalis dan desain juga mudah dibuka dan tampak menarik jika didisplay. Sedangkan 2 orang terdiri dari pemilik keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur yaitu bapak Suwaji dan dosen penguji bapak prasetyo memilih desain nomor 2 dengan alasan pada desain alternatif ke 2 dinilai lebih cocok untuk kelas premium selain cocok dengan konsep juga mudah dibuka.

Berdasarkan hasil dari validasi aplikasi dari para ahli dan pemilik keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur

maka yang diputuskan menjadi akhir pengembangan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur adalah desain 2.



Gambar 9. Produk jadi pengembangan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil observasi penelitian dan analisis desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur saat ini digunakan atau yang sudah ada menurut para konsumen menjelaskan bahwa bentuk desain kemasan keripik singkong tidak menarik hal tersebut dikarenakan yang pertama, ilustrasi pada kemasan tidak ada, yang ada hanya ilustrasi nama produsen yang berupa burung rajawali, yang kedua bentuk typografi pada desain kemasan keripik tersebut sangat tidak menarik, hal ini dikarenakan pada font rajawali menurut konsumen tidak mudah dibaca serta kurang menggambarkan produk dari makanan ringan keripik singkong tersebut. Ketiga, Dari aspek visualisasi desain dengan keseluruhan, desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur cukup menarik jika dibandingkan dengan desain kemasan keripik pesaingnya. Hal ini dikarenakan tampilan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur terlihat biasa dan masih banyak menyisahkan ruang kosong sehingga informasi yang disampaikan tersebut kurang efisien.

Dengan melihat latar belakang masalah serta menganalisis solusinya maka didapatkan keputusan awal terbentuknya konsep yang baru. Konsep pengembangan desain kemasan keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur adalah "Have Fun". Pemilihan konsep tersebut didasarkan pada produk keripik singkong tersebut ditargetkan ke segala jenis kelamin, terutama kalangan remaja. Pada dasarnya remaja cenderung membeli barang atau makanan yang disukainya terutama makanan ringan yang lebih praktis. Selain itu produk keripik singkong UD. Aji Jaya Makmur ditargetkan untuk konsumen yang berpergian atau liburan dan cocok untuk sebagai oleh-oleh bagi orang yang sedang berpergian. Untuk konsep warna dan elemen-elemen dalam desain kemasan keripik singkong yang baru mengacu pada desain yang lama. Namun warna desain kemasan yang baru tidak benar-benar mirip dengan desain yang lama, tapi menggunakan

warna biru, putih dan kuning yang lebih cerah dengan menggunakan pengaturan intensitas hue.

Saran

Untuk memperkaya konsep atau teori perkembangan ilmu desain, khususnya dibidang desain kemasan, hendaknya penelitian pengembangan desain kemasan dapat dilanjutkan oleh penelitian-penelitian selanjutnya guna mendapatkan perkembangan yang signifikan mengenai desain kemasan dan dapat menjadi inspirasi serta memberi pengetahuan bagi pembaca maupun bagi peneliti lain.

Untuk pemilik UD. Aji Jaya Makmur diharapkan penelitian ini memberikan masukan yang mendalam serta meningkatkan kualitas desain kemasan produknya misalnya perlu media promosi dan maskot pada kemasan harus ada untuk menjadi identitas sebuah produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Moch. Junaidi. 2012. *Desain Kemasan Untuk Produk Kemasan Makanan Ringan*. Yogyakarta: Pandu Pustaka.
- Klimchuk, Marine dan krasovec, Sandra. 2006. *Desain kemasan: Perencanaann Merek Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta; Erlangga.
- Oemar, A. B. Eko. 2006. *Desain Dua Matra*. Surabaya: Unesa University Press.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Penerbitan Alfabeta.

