

Perancangan Kemasan makanan Ringan Kacang Sihobuk Produksi "UD. TADODO" sebagai Media promosi

Rommel Sinaga, Sahban Simangunsong

Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Media Kreatif
rosinaga24@gmail.com

ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang cukup pesat, untuk dapat bertahan perusahaan harus mempunyai solusi pemasaran yang efektif salah satunya dengan cara melakukan suatu perancangan desain kemasan.

Kemasan secara tidak langsung sangat berpengaruh dalam sebuah pemasaran produk karena kemasan tidak hanya sebagai profesionalitas perusahaan, bahkan kemasan juga dijadikan sebagai suatu branding/identitas perusahaan untuk meningkatkan minat pembeli.

Bagaimana cara merancang kemasan kacang sihobuk olahan ud. TADODO agar menjadi suatu identitas perusahaan dan mampu menjadi solusi dalam pemasaran. Dengan adanya perancangan kemasan, masyarakat akan mengenal ud. TADODO sebagai usaha yang memproduksi kacang sihobuk sehingga meningkatkan minat pembeli.

Kata Kunci : Perancangan, Kemasan, ud. TADODO, Kacang Sihobuk

ABSTRACT

In recent years the development of the business world has progressed quite rapidly, in order to survive the company must have an effective marketing solution, one of which is by doing a packaging design. Indirect packaging is very influential in a product marketing because packaging is not only a company's professionalism, even packaging is also used as a branding / corporate identity to increase buyer interest.

How to design packaging for processed yakobuk beans. TADODO in order to become a corporate identity and be able to become a solution in marketing. With the packaging design, people will get to know UD. TADODO as a business that produces sihobuk beans thus increasing buyer interest.

Keywords: Design, Packaging, UD. TADODO, Sihobuk Beans

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beragam kebudayaan, dan kebudayaan tersebut menjadi modal dan daya tarik wisata yang unik dan menarik sehingga harus dipelihara dan dilestarikan, kacang sihobuk merupakan salah satu makanan

ringan khas daerah dingin Tarutung - Tapanuli Utara.

Sihobuk merupakan salah satu nama desa yang ada di Tarutung, dan akibat dari sebuah bencana desa Sihobuk ini menjadi porak-poranda. Untuk mengenang kejadian tersebut masyarakat lalu memasak kacang dan kacang tersebut dinamai kacang

sihobuk yang kini namanya telah tersiar kemana-mana bahkan sampai mancanegara. Pada awalnya masyarakat di desa Sihobuk yang memang mayoritas petani, membuat kacang sihobuk hanyalah untuk dimakan saja. Namun seiring waktu berjalan, masyarakat di desa Sihobuk mulai memikirkan untuk mengelolanya dan menjadikan kacang sihobuk komoditas pencarian. Hal ini dapat kita lihat banyaknya sekarang para penjual kacang sihobuk di pesisir jalan di sekitar Tarutung, bahkan sampai ke beberapa kota di SUMUT.

Proses pembuatan Kacang Sihobuk dapat dikatakan cukup unik walaupun memakan waktu yang cukup lama, awalnya kacang-kacang dipilih kemudian kacang tersebut di rendam biasanya direndam selkitar 2 hari, selanjutnya dilakukan penjemuran, kemudian barulah kacang di gongseng dengan media pasir yang memakan waktu 1-1,5 jam

Kemasan mempunyai fungsi sebagai media promosi, yang mana kemasan dibuat untuk mendapatkan simpati dan daya tarik perhatian dari konsumen. Oleh karena itu, kemasan harus dipikirkan, dirancang, dan didesain dengan baik. Pentingnya kemasan membuat para pengusaha rela mengeluarkan tambahan biaya *extra* dalam aktifitas pemasaran ditambah pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan pengaruh positif dalam bidang usaha sehingga banyak cara yang digunakan dalam memasarkan dan mempromosikan produk yang dijual.

Kemasan telah menjadi salah satu titik kombinasi dari proses

di dalam sebuah wadah yang biasa di gunakan yaitu drum yang terbuat dari besi yang dimana apinya bersumber dari kayu bakar. Proses pembuatan secara traditional inilah yang menjadikan kacang sihobuk memiliki karakter cita rasa yang khas menjadikan kacang ini berbeda dari kacang-kacang lainnya.

Kacang Sihobuk sendiri sudah mendunia yang mana orang yang berkunjung ke daerah Tapanuli baik yang dari luar kota maupun luar negeri, akan merasa kurang abdo bila tidak membeli makanan ringan kacang sihobuk ini sebagai oleh-oleh dari daerah Tapanuli, yang terkenal gurih, renyah dan nikmat. Kacang sihobuk merupakan pilihan alternatif oleh-oleh yang harus dibawah dari Tapanuli Utara. Kemasan kacang sihobuk berupa plastik transparan warna putih dengan label *brand* kacang sihobuk berwarna merah polos.

Pemasaran (*self service*) yaitu memberikan ciri-ciri produk untuk menyakinkan konsumen, ini merupakan salah satu ilmu pemasaran. Kemasan yang menarik dan baik membuat *mindset* konsumen berubah dan beralih ke produk lain yang mempunyai jenis produk yang sama, jadi kemasan dapat menciptakan opini keyakinan konsumen terhadap perusahaan (*brand image*) dan inovasi peluang (*innovation opportunity*).

Desain kemasan Kacang Sihobuk **ud. TADODO** dirasa masih kurang, maka perlu dilakukan *re-design* kemasan. Saat ini, kemasan yang digunakan oleh ud. TADODO adalah kemasan biasa dan yang umum dijual di toko atau gerai kacang sihobuk. Kemasan kacang sihobuk

menggunakan plastik sederhana dengan label merk di dalam kemasan. Oleh sebab itu, penulisan karya ilmiah ini dilakukan agar dapat membangun

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang akan penulis gunakan dalam pembuatan perancangan desain *artwork* pada produk *merchandise* adalah pengkajian atas berbagai hasil analisis kualitatif deskriptif melalui 3 tahapan utama, yakni; identifikasi, wawancara, dan kepustakaan :

Penulis melakukan penelitian langsung ke tempat melakukan Tugas Akhir sehingga penulis dapat melakukan gambaran tentang geografis daya minat perilaku terhadap daya beli dan *culture* budaya setempat. Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti. Dalam metode ini dilakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung dan segala hal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan beberapa *state* atau toko-toko yang menjual kacang sihobuk, data yang didapatkan kemudian dicatat dan dikumpulkan sebagai data dalam melakukan penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis mengadakan wawancara dan diskusi dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian, terutama tentang desain dan asal usul produk secara rinci dengan mengumpulkan data-data yang akurat tentang informasi produk tersebut. Wawancara didefinisikan sebagai percakapan yang diarahkan untuk topik tertentu,

citra kacang sihobuk produksi ud. TADODO sebagai salah satu pilihan/alternatif oleh-oleh khas dari TAPUT.

interaksi antara pewawancara dan pemilik usaha akan memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam proses pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep desain yang ingin dituangkan berupa kemasan yang lebih inovatif sesuai dengan perkembangan zaman dengan penggunaan warna CMYK. Konsep desain merupakan desain 2 dimensi dengan warna yang disesuaikan dengan *culture* budaya Tapanuli tujuan visualisasi perancangan kemasan adalah untuk mempengaruhi minat dan perilaku konsumen untuk membeli produk kacang sihobuk olahan ud. TADODO sehingga nantinya dapat meningkatkan grafik penjualan. Hasil dari perancangan ini berupa beberapa media promosi seperti x- banner yang berfungsi untuk memberi informasi tentang kacang sihobuk, paper bag berguna untuk sebagai promo atau penarik dengan desain paper bag maka konsumen akan merasa dilayani dengan baik, mup dan label produk.

1. Kemasan

Meskipun sudah mempunyai *kemasan* namun belum mempunyai desain yang menjadi *comperate identity* sendiri.

2. Media dan Aplikasi

Pada media-media promosinya ud. TADODO masih belum efektif hanya merk dagang hanya di dalam tokoh sehingga orang atau konsumen tidak

mengetahui asal muasal dan produsen kacang sihobuk itu sendiri.

Logo dari kacang sihobuk sebenarnya sudah ada namun masih kurang menarik hanya menggunakan satu warna saja sehingga dilakukan perubahan logo tanpa merubah brand image produk tersebut.



Gambar. Brand Logo Kacang Sihobuk Yang Lama



Gambar. Brand Logo Kacang Sihobuk Hasil Desain



Gambar. Outline Kacang



Gambar. Vector Kacang



Gambar Hasil Photographi Kacang Sihobuk



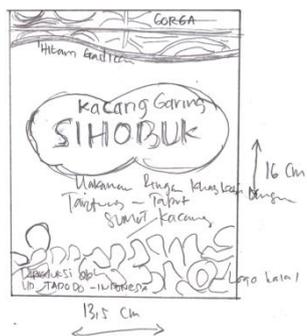
Gambar. 4.2.2.4. Oranament Gorga Batak



Gambar. Logo Halal Majelis Ulama Indonesia

Sketsa desain adalah penerapan elemen-elemen desain dengan berbagai media yang diterapkan nantinya akan dipergunakan dalam acuan standarisasi perancangan visual desain sebagai promosi dan media yang digunakan seperti *Low Density PolyEthylene* (kemasan plastik), *paper bag*, stiker *haires* dan *poil*. Proses sketsa umumnya hitam putih dibuat dengan coretan atau gambaran pensil. Berikut ini beberapa sketsa desain yang dibuat berdasarkan objek yang dipilih sesuai media yang diterapkan :

Tahapan dalam proses perancangan kemasan mencari beberapa referensi dari berbagai unsur atau media informasi lainnya sebagai pengembangan ide. Dengan menggunakan sofwere desain Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator Cs 6.



Gambar. Sketsa Desain Label Kacang Sihobuk



Gambar. Ilustrasi Desain Pada Media Kaleng



Gambar..Sketsa Desain Label Kacang Sihobuk Alternative Lain



Gambar Hasil Desain Label Stiker Pada Media Kaleng

4.1.1. Proses Perancangan Desain Digital. Perancangan Brand Image/ Merk



Gambar. Hasil Desain Brand Logo Sihobuk Secara Outline



Gambar. Hasil Desain Brand Logo Kacang Sihobuk Yang Baru



Gambar. Ilustrasi Paper Bag



Gambar. Desain Label Kemasan Plastik



Gambar. Stasionery Desain Mug

KESIMPULAN

Setelah melakukan proses perancangan desain kemasan kacang sihobuk *home industry* ud. TADODO, maka terbentuklah beberapa kesimpulan dari penulis. Kesimpulan tersebut merupakan hasil akhir penyelesaian rumusan masalah yang ada. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Kemasan sangat berpengaruh dalam sebuah pemasaran produk karena kemasan tidak hanya sebagai pembungkus produk atau sekedar wadah produk, karena kemasan juga sebagai identitas dan sebagai penarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut. Dengan adanya perancangan kemasan ini diharapkan mampu menjadi suatu identitas perusahaan untuk meningkatkan minat pembeli.

2. Hasil akhir yang didapat dari seluruh proses perancangan yang penulis lakukan adalah berupa desain kemasan dan beberapa media promosi Kacang sihobuk ud.TADODO yang bisa digunakan sebagai profesionalitas perusahaan.

Dari perancangan desain kemasan ud.TADODO, penulis mempunyai saran, Adapun saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis antara lain:

1. Bagi Perusahaan ud. TADODO
 - a. Ud.. TADODO harus membuat *revesioner* untuk perubahan dalam sistem bisnis yang sehat dan berinovasi dalam memperoleh segmentasi pasar.
 - b. Perusahaan harus lebih memperhatikan desain kemasan agar mampu menjadikan kemasan sebagai suatu identitas perusahaan agar tidak mudah di klaim oleh pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

Ladjamudin Al-Bahra. 2015.
Analisis dan Desain Sistem
Informasi.

Yogyakarta: Graha Ilmu

Purwanto, Bambang. (2007).

*Tata letak dan
typografi dalam
desain grafis. Pusat
grafika indonesia
kerjasama dengan
LPMG-ATG
TRISAKTI : hal.72.*

Pujiriyanto. 2005. **Desain Grafis
Komputer**. Yogyakarta: Andi
Publisher

Sitepu, Vincensius

(2001). *Panduan
Mengenal Desain
Grafis. Jakarta barat :
Computer art.*

Elemen dan prinsip desain

[https://sulartopo.wordpress.
com/2013/10/11/ elemen-
desain-grafis.html](https://sulartopo.wordpress.com/2013/10/11/ elemen-
desain-grafis.html) (Diakses
pada 3 juli 2015)

Elemen desain

[http://belajargrafisdesain.bl
ogspot.com/2011/06/ elemen-
-prin sip-desain.html](http://belajargrafisdesain.blogspot.com/2011/06/ elemen-
-prin sip-desain.html)
(Diakses pada 13 juli 2015)

Desain kemasan

[http://aankhumaeroh.blogsp
ot.com/2013/04/ pengertian-
kem asanperan-
kemasan.html](http://aankhumaeroh.blogspot.com/2013/04/ pengertian-
kem asanperan-
kemasan.html) (Diakses 14
juli 2015)

Prinsip & unsur desain grafis

[https://tyasjenitri.wordpres
s.com/2013/02/26 /prinsip-
unsur-desain-grafis/html](https://tyasjenitri.wordpress.com/2013/02/26 /prinsip-
unsur-desain-grafis/html) (
diakses pada 4 juli 2015)

Psikologi warna

[https://ml.scribd.com/doc/2
9532813/PSIKOLOGI-
WARNA.html](https://ml.scribd.com/doc/29532813/PSIKOLOGI-
WARNA.html) (Diakses
pada 7 juli 2015)

Unsur-unsur desain grafis

[https://alvin5550.wordpress
.com/2010/09/02/nirmana-
dalam-desain-grafis](https://alvin5550.wordpress.com/2010/09/02/nirmana-
dalam-desain-grafis)