

**PENERAPAN UI/UX DESIGN PADA PR PACKAGE SEBAGAI ALAT UNTUK
MEMPROMOSIKAN MINUMAN ASAL CIREBON SIRUP TJAMPOLAY**

**Putu Arla Ghina Fakhira¹⁾, Faaza Fauzan Azhiima²⁾, Abdurrouf Hanif Wahyudi³⁾,
Sayyidi Afdhal Alfarras⁴⁾, Dandi Yunidar⁵⁾, Sheila Andita Putri⁶⁾**

^{1,2,3,4,5,6}Jurusan Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

Email: Farlaghina.ag@gmail.com

Abstrak

Maraknya minuman sirup yang beredar di pasaran, membuat sirup jadul yang pernah berjaya pada masanya mulai dilupakan masyarakat, seperti sirup Tjampolay khas Cirebon. Sirup Tjampolay terbuat dari olahan buah-buahan alami yang telah ada sejak zaman penjajahan Belanda. Dibandingkan dengan produk yang banyak beredar di pasaran sirup Tjampolay memiliki desain yang ketinggalan zaman sehingga kurang menarik perhatian kalangan muda. Kami pun merancang ulang desain kemasan yang dimiliki Tjampolay tanpa menghilangkan identitas asli yang Tjampolay miliki. Dari sini juga kami merancang sebuah pengalaman yang dapat pengguna rasakan melalui kemasan PR Package yang dapat menambah value dan mempopulerkan kembali sirup Tjampolay yang mulai dilupakan dengan penerapan UI/UX. Perancangan desain PR Package memanfaatkan sosial media yang menjangkau masyarakat luas yang bertujuan membangun tren dan menarik pengguna dengan menggunakan. Hasil dari perancangan berupa redesign logo Tjampolay dan PR Package dengan konsep tradisional modern dengan elemen khas Kota Cirebon.

Kata Kunci: *PR Package, UI/UX Design, Minuman.*

Abstract

The rise of syrup drinks on the market has made old-school syrups that once triumphed in their time begin to be forgotten by the public, such as Cirebon's Tjampolay syrup. Tjampolay syrup has been made from processed natural fruits since the Dutch colonial era. Compared to many products on the market, Tjampolay syrup has an outdated design that is less attractive to young people. We redesigned the packaging design of Tjampolay without losing its original identity. From here, we also designed an experience that users can feel through PR Package packaging that can add value and re-popularize Tjampolay syrup, which began to be forgotten with the application of UI/UX. The PR package design utilizes social media that reaches a broad community and aims to build trends and attract users. The result of the design is a redesign of the Tjampolay logo and PR Package with a modern traditional concept with typical elements of Cirebon City.

Keywords: *PR Package, UI/UX Design, Drink.*

Correspondence author: Putu Arla Ghina Fakhira, Farlaghina.ag@gmail.com, Bandung, Indonesia



This work is licensed under a [CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

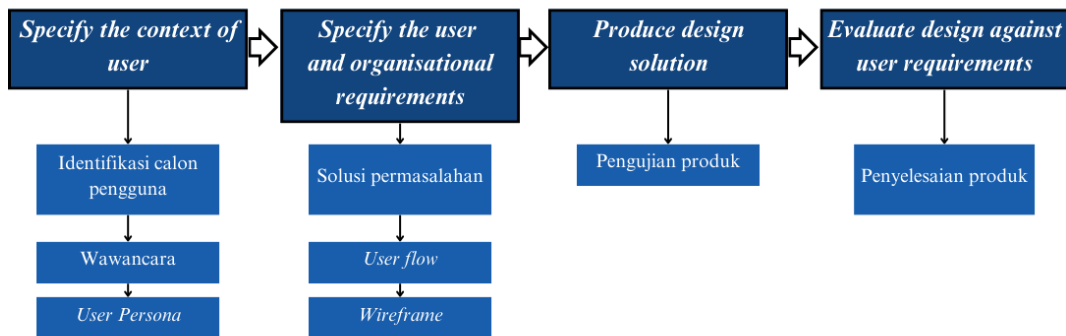
Sirup merupakan cairan kental yang biasanya terbuat dari gula, air, dan bahan-bahan lain seperti buah-buahan, rempah-rempah, atau herbal. Sirup sering digunakan sebagai pemanis dalam minuman, pencuci mulut, atau sebagai bahan dasar dalam pembuatan koktail. Banyaknya sirup yang beredar di pasaran membuat persaingan sirup semakin ketat kian hari. Nasib sirup jadul yang dulu pernah berjaya di Indonesia menjadi terlupakan dan tertinggal karena berbagai faktor. Sirup jadul mengacu pada jenis sirup yang mungkin telah ada sejak zaman dulu atau telah menjadi ikonik dalam budaya populer. Contohnya adalah sirup dengan rasa klasik seperti rasa buah-buahan tradisional. Salah satu contoh sirup jadul yang masih eksis hingga saat ini adalah Sirup Tjampolay yang berasal dari Kota Cirebon. Namun jika dibandingkan dengan sirup yang berada di pasaran Sirup Tjampolay masih kurang mendapatkan perhatian masyarakat terutama kalangan muda, dan perlahan dilupakan. Faktor faktor yang mempengaruhi sirup jadul mulai dilupakan salah satunya yaitu perwajahan kemasan yang mereka gunakan dan botol kemasan yang dipakai, sedangkan presentasi bisnis dalam industri sirup semakin memberi peluang bagi para pebisnis dalam mengembangkan strategi promosi yang lebih inovatif dan kreatif melalui media digital dan penggunaan media sosial yang terus berkembang pesat memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku bisnis sirup. Promosi melalui platform media sosial memiliki kemampuan besar untuk mencapai pangsa yang lebih luas.

Menurut Kim, Self, dan Bae, pengalaman berkesan yang diberikan dengan shareable experience dengan melalui proses Unboxing dapat menambah nilai (Johansson et al. 2020).

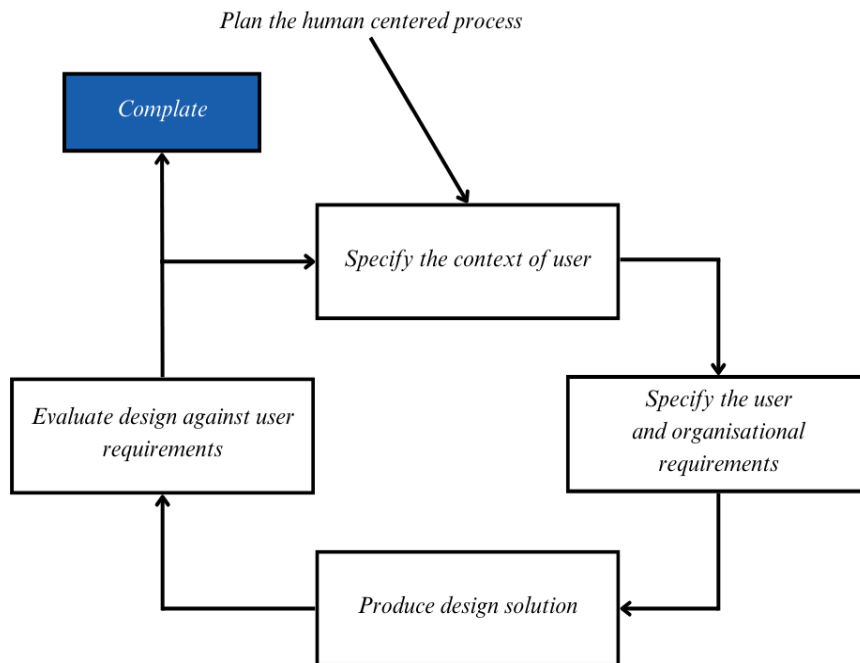
Penerapan prinsip *UI/UX (User Interface/User Experience)* pada kemasan *PR Package* dapat meningkatkan kesan positif pengguna terhadap produk. *User Experience (UX)* berpusat pada menciptakan pengalaman pengguna yang bermakna dan lancar dengan memahami kebutuhan pengguna dengan merancang antarmuka yang intuitif sedangkan *User Interface (UI)* berfokus pada tampilan dan elemen visual interaktif pada sebuah produk untuk menciptakan antarmuka yang estetik. Menggabungkan *PR Package* yang berdasarkan pada pengalaman Unboxing yang akan didapatkan pengguna dengan psikologi penggunaan sosial media menghasilkan *PR Package* Sirup Tjampolay yang diharap dapat meningkatkan Brand Awareness sirup Tjampolay sendiri. Hasil akhir yang didapat adalah perancangan ulang logo dari Tjampolay agar membuat kemasan Tjampolay lebih *up-to-date* dengan tren yang ada dan *PR Package* yang menggunakan identitas asal Sirup Tjampolay, Kota Cirebon.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, merancang tampilan antarmuka pengguna (*UI*) dan pengalaman pengguna I menggunakan Metode Desain Berpusat pada Pengguna (*User Centered Design*) untuk memastikan bahwa tampilan produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan penyesuaian pengguna. Prosedur ini melibatkan partisipasi calon pengguna dalam proses pengembangan *UI/UX* melalui berbagai tahap, seperti wawancara, identifikasi masalah, perancangan alur pengguna (*User Flow*), tampilan antarmuka produk (*wireframe*), dan pengujian produk.



Gambar 1 Tahapan *User Centered Design*



Gambar 2 Proses UCD

Menurut Saputri et al. (2017), *User Centered Design* (UCD) merupakan suatu proses perancangan antarmuka yang menitikberatkan pada tujuan kegunaan, karakteristik pengguna, lingkungan, tugas, dan alur kerja. UCD merupakan proses yang iteratif, di mana desain dan evaluasi terus dibangun dari tahap awal hingga implementasi. (*User Centered Design*) juga disebut sebagai *Human Centered Design*, UCD merupakan pendekatan untuk mengembangkan sistem interaktif yang difokuskan pada pembuatan sistem yang memberikan manfaat. Metode perancangan antarmuka ini bersifat interaktif dan memperhatikan kebutuhan pengguna akhir sehingga desain akhirnya dipengaruhi oleh masukan dari pengguna.

User Centered Design Process terdiri dari empat tahapan yang dilakukan secara berulang (Eugenia et al, 2022).

1. *Specify the context of use*

Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi calon pengguna produk dengan memahami bagaimana mereka akan menggunakannya. Proses ini melibatkan penjelasan dan gambaran tentang situasi atau kondisi di mana pengguna akan berinteraksi dengan produk, dengan tujuan memperoleh informasi melalui metode observasi dan pengujian produk terhadap calon pengguna.

2. *Specify user and organization requirements*

Pada tahapan ini yaitu menentukan kebutuhan pengguna pada produk.

3. *Produce design solution*

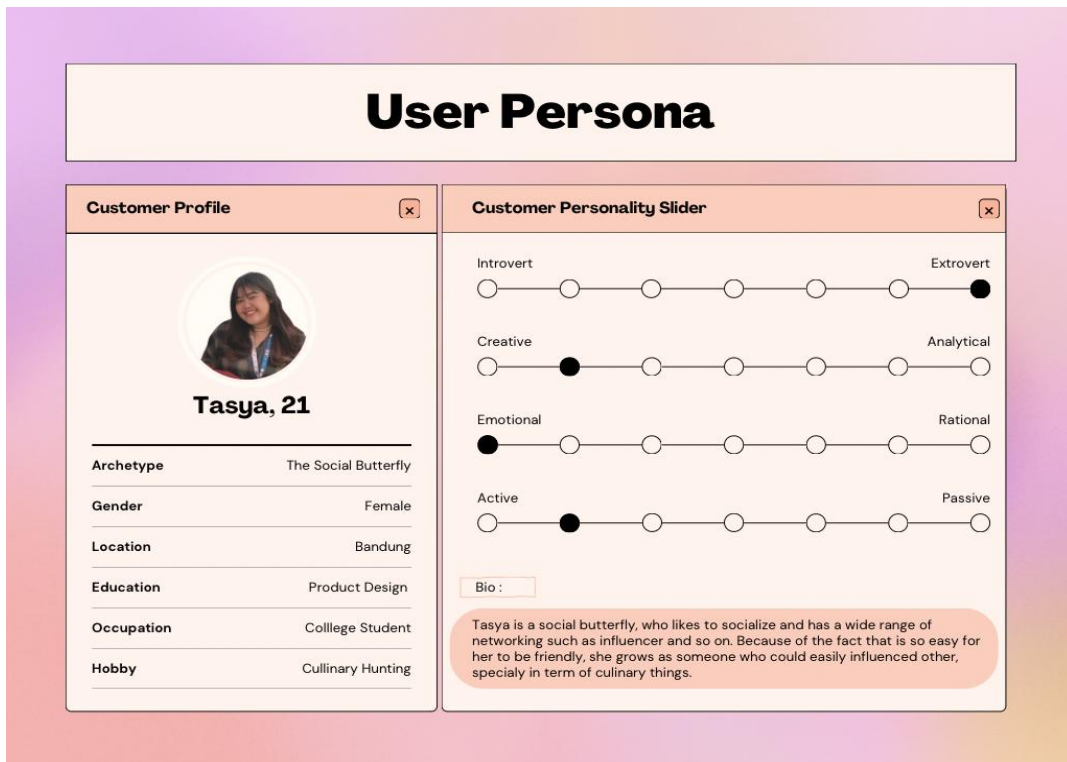
Tahapan ini membuat rancangan visual dan penempatan komponen pada produk serta melakukan pengujian produk pada pengguna untuk mendapatkan solusi rancangan produk yang dibutuhkan.

4. *Evaluate design*

Tahap ini merupakan evaluasi terhadap produk yang telah disusun pada tahap sebelumnya, memastikan kesesuaian dengan preferensi pengguna. Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan pengguna, maka dilakukan pengujian terhadap produk sebelumnya untuk menilai kesesuaian kebutuhan pengguna pada produk.

1. User Persona

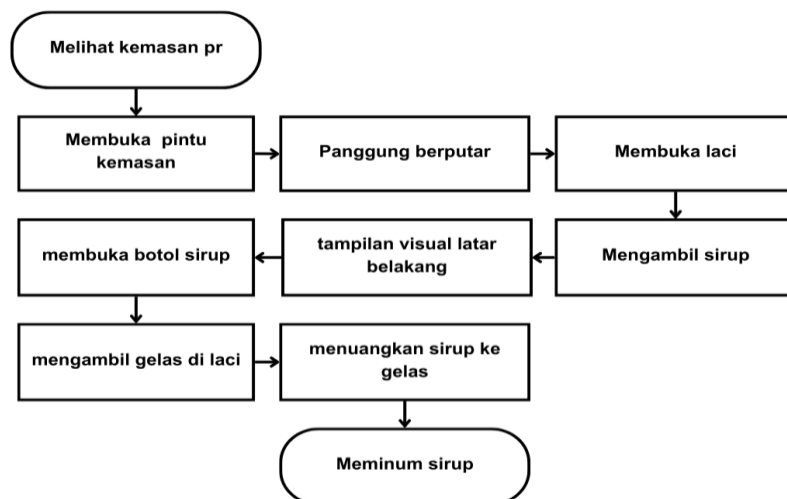
User Persona adalah representasi dari karakteristik calon pengguna suatu produk, yang mencakup informasi tentang latar belakang, sikap, dan gaya hidup pengguna yang sesuai dengan kebutuhan pengguna pada produk. Hal ini membantu dalam menentukan target pasar produk.



Gambar 3 User Persona

2. User flow

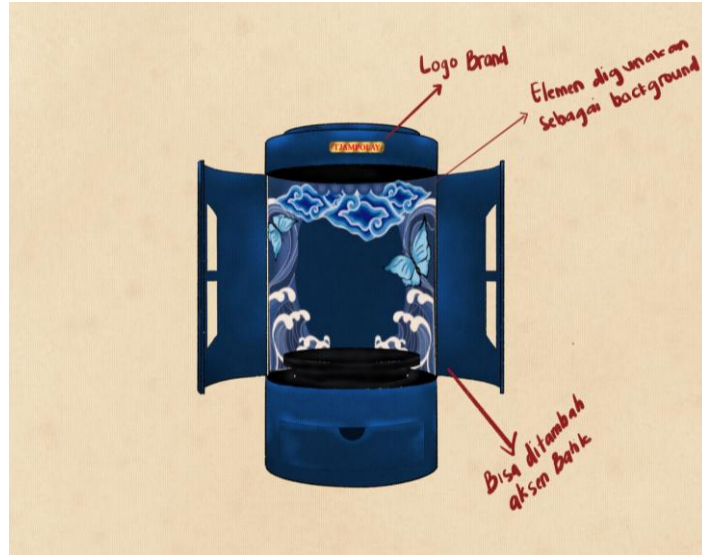
User flow adalah urutan langkah atau tahapan yang menunjukkan bagaimana pengguna menggunakan produk untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan suatu masalah.



Gambar 4 User Flow

3. Wireframe

Merupakan gambaran awal kerangka atau coretan kasar untuk Menyusun atau menata item-item pada bagian dalam produk, dengan menampilkan komponen visual antarmuka yang dapat mempengaruhi perasaan pengguna pada produk.



Gambar 5 Wireframe Komponen Visual

4. Usability Testing

Menurut Nurhadryanti et al. (2013), *Usability Testing* adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menilai sejauh mana sebuah aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengguna dalam menggunakan produk dengan menyelesaikan tahapan pada produk hingga mencapai tujuan, serta meminta tanggapan dari pengguna. Metode ini dapat memperkirakan penggunaan produk, apakah produk sudah sesuai dan mudah dilakukan saat digunakan.

Hasil Pengujian Produk

Uji coba yang dilakukan mendapatkan hasil memuaskan karena pengguna dapat menyelesaikan tujuan tanpa adanya hambatan.

Partisipan	Pengujian Produk Kemasan Pr	Waktu	Kesalahan
1	✓	1 menit 8 detik	0
2	✓	1 menit	0
3	✓	1 Menit 10 detik	0
4	✓	1 menit	0
5	✓	1 menit 13 detik	0
Presentase Keberhasilan	100%	Rata-Rata 1 Menit	Presentase Kesalahan 0%

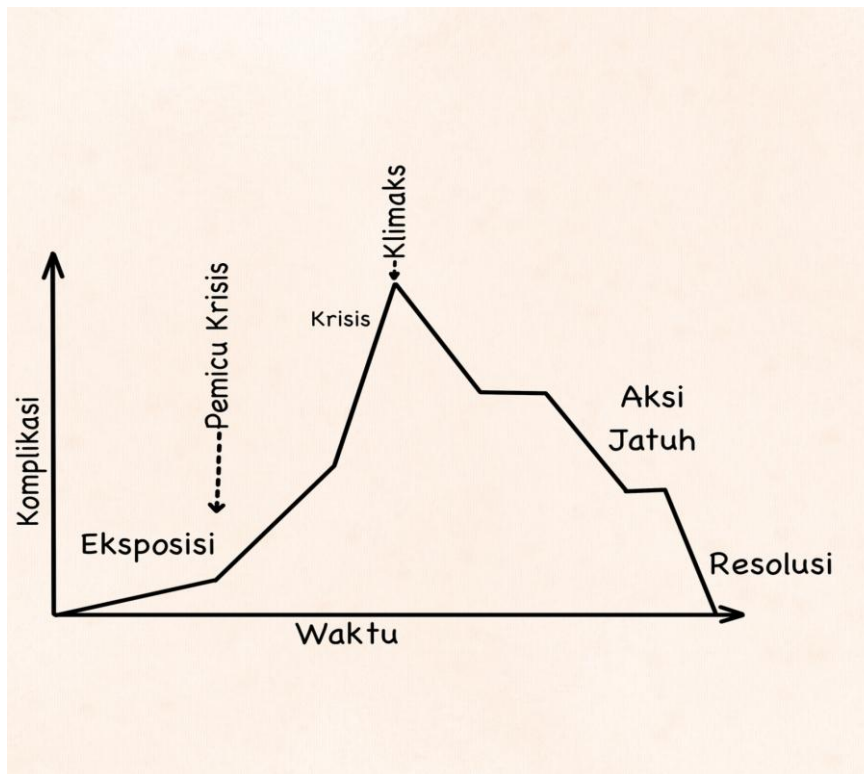
Tabel 1 Hasil Pengujian Produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

PR Package adalah paket atau kemasan yang dikirimkan oleh sebuah perusahaan atau merek kepada tokoh berpengaruh yang tujuannya untuk melakukan promosi dan mengenalkan produk dengan harapan penerima paket dapat berbagi pengalaman yang didapat dan orang lain tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut (Blessya, 2021). Biasanya, *PR Package* berisi produk-produk atau sampel gratis dari produk-produk tertentu yang ingin dipromosikan. Tujuan utama dari pengiriman *PR Package* adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, memperkenalkan produk baru, atau memperkuat hubungan dengan pelanggan atau influencer. Dengan mengirimkan produk atau sampel gratis, perusahaan berharap dapat mendapatkan liputan media atau eksposur di media sosial yang positif, serta mendapatkan ulasan atau testimoni yang baik dari penerima paket tersebut. Dalam praktiknya, *PR Package* seringkali didesain dengan kreatif dan menarik untuk menarik perhatian penerima. Kunci dari suksesnya sebuah *PR package* adalah dengan mengetahui persona dari tokoh yang dipilih agar sesuai dengan persona *Brand* (PRLab, 2022).

Dalam hal ini, pembuatan *PR Package* untuk sirup Tjampolay menerapkan *UI/UX* dalam menciptakan pengalaman *unboxing* yang ingin dicapai. Konsep yang digunakan pada *PR Package* sirup Tjampolay adalah Teater. Pengalaman yang ingin dicapai yaitu *Influencer* dapat merasakan pengalaman menonton sebuah teater dengan sirup Tjampolay sebagai tokoh yang bermain di atas panggung. Demi menciptakan sebuah pengalaman yang ingin dicapai, pentingnya merancang *dramatic arc* pada sebuah produk. *Dramatic arc* atau alur dramatis merupakan narasi terstruktur yang menggambarkan perjalanan sebuah cerita dari awal hingga akhir. Menurut buku *Making Music : Creative Strategies for Electronic Music Producers* Alur dramatik mengacu pada tiga bagian utama: eksposisi, klimaks, dan resolusi, yang dihubungkan dengan aksi naik di awal dan aksi turun menjelang akhir (DeSantis, Denis. 2015).

Dalam konteks perancangan sebuah produk, *dramatic arc* dapat digunakan sebagai pedoman bagaimana sebuah produk akan dikembangkan, hal ini mempengaruhi hasil akhir produk itu sendiri. Alur dramatis yang digunakan dalam perancangan *PR Package* sirup Tjampolay adalah sebagai berikut:



Gambar 6 Dramatic arc PR Package sirup Tjampolay

Dari alur dramatis yang digunakan sebagai pedoman pengembangan *PR Package* sirup Tjampolay, menghasilkan elemen-elemen visual yang mendukung sebuah *UX* yang ingin dicapai. Adapun elemen-elemen tersebut, yaitu:

1. Elemen visual Batik Mega Mendung asal Cirebon.
 - a. Elemen visual ini digunakan dengan tujuan memberikan identitas kota asal dari sirup Tjampolay, yaitu Kota Cirebon.
2. Elemen visual awan Mega Mendung.
 - a. Mega Mendung berasal dari 2 kata yaitu Mega yang artinya awan yang megah yang dapat memberi kesan berwibawa, sedangkan Mendung yang memberi arti tenang dan meneduhkan.
 - b. Penggunaan awan mega mendung bertujuan untuk memberi kesan megah, berwibawa namun tetap memberi ketenangan yang meneduhkan.
3. Elemen visual ombak yang menggulung.
 - a. Ombak yang menggulung dapat memiliki arti perubahan sebagaimana dinamika kehidupan, yang dalam perancangan *PR Package* sirup Tjampolay memiliki makna sirup Tjampolay ingin perubahan yang dapat mengikuti zaman yang terus berkembang.
4. Elemen lampu sorot.
 - a. Penggunaan lampu sorot sendiri umum dipakai dalam pertunjukan teater yang bertujuan untuk menonjolkan produk dari sirup Tjampolay sehingga dapat lebih terlihat dan dikenal oleh konsumen.
 - b. Kota Cirebon merupakan sebuah kota yang berdekatan dengan laut maka dari itu elemen ombak digunakan sebagai simbol yang identik dengan laut.
5. Warna Biru pada badan *PR Package*.
 - a. Warna biru sering dikaitkan sebagai warna yang dapat memberikan kesan ketenangan, kedamaian dan relaksasi
6. Gelas kecil di dalam laci.

- Memberikan informasi kepada *Influencer* tata cara konsumsi Tjampolay dengan mudah.
- Memberikan elemen interaktif kepada *Influencer* guna melibatkan pengguna agar memberikan pengalaman yang berkesan.

Hasil dari uji coba terhadap user mengenai pengalaman yang didapatkan user dengan *User Experience* yang dirancang dengan metode *User Centered Design* mendapat pengalaman seperti menonton sebuah teater dalam sebuah *PR Package* sirup Tjampolay. Maka dari itu elemen visual yang digunakan dengan tujuan *User Experience* yang telah dirancang dapat diimplementasikan kedalam sebuah *PR Package* dengan hasil akhir *User Interface* sebagai berikut:

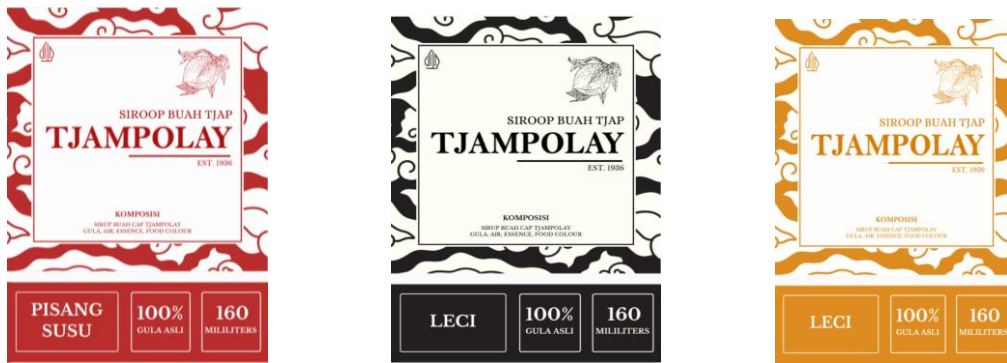


Gambar 7 dan 8. Tampak depan hasil akhir perancangan



Gambar 9 dan 10. Hasil perancangan *PR Package* dengan detail komponen

Dalam mendukung keberhasilan *PR package* sirup Tjampolay untuk mengikuti perkembangan jaman, salah satunya dengan mendesain ulang logo sirup Tjampolay. Dalam mendesain ulang logo sirup Tjampolay itu sendiri tetap memiliki unsur asal daerah sirup Tjampolay, Kota Cirebon. Memasukkan awan mega mendung pada latar belakang logo dan tetap menggunakan desain buah Tjampolay yang lama adalah salah satu upaya mempertahankan identitas sirup Tjampolay. Penggunaan warna yang berbeda pada tiap rasa sirup Tjampolay yang digunakan pada *PR package* menjadi inovasi terbaru guna memberi informasi terhadap *user*. Hasil dari mendesain ulang logo Tjampolay sebagai berikut:



Gambar 11,12 dan 13. Hasil akhir desain ulang logo sirup Tjampolay

SIMPULAN

PR Package adalah paket atau kemasan yang dikirimkan oleh sebuah perusahaan atau merek kepada tokoh berpengaruh yang tujuannya untuk melakukan promosi dan mengenalkan produk dengan harapan penerima paket dapat berbagi pengalaman yang didapat dan orang lain tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut. Rancangan *User Experience* dan *User Interface PR Package* sirup Tjampolay dengan tujuan memberikan pengalaman seperti menonton sebuah teater di mana sirup Tjampolay menjadi tokoh utama telah berhasil dirancang dengan tahapan metode *User Centered Design* dan menghasilkan sebuah *PR Package* sirup Tjampolay dengan elemen elemen visual pendukung yang dapat memberikan identitas kota asal sirup Tjampolay dan pengalaman menonton sebuah teater. Pengembangan PR Package ini mengikuti alur dramatis yang mencakup eksposisi, klimaks, dan resolusi. Elemen visual yang digunakan dalam PR Package ini meliputi motif batik Mega Mendung, awan Mega Mendung, ombak menggulung, lampu sorot, warna biru, dan gelas kecil di dalam laci. Setelah elemen-elemen visual tersebut diimplementasikan dalam sebuah *PR Package* sirup Tjampolay didapatkan sebuah kesimpulan yang sebagai berikut:

- a. Berdasarkan *user testing* yang telah dilakukan terhadap rancangan pengalaman yang akan dibentuk dengan hasil tes pengalaman pengguna mendapatkan hasil yang sesuai maka *user experience* sudah memenuhi rancangan awal.
- b. *Dramatic Arc* yang dihasilkan dari pengalaman *user* berjalan sesuai dengan rencana dengan elemen elemen yang telah ditampilkan sebagai *user interface*.
- c. Hasil *User Interface* dapat memberikan kesan menonton sebuah teater dengan latar belakang Kota Cirebon dan telah divalidasi oleh pengguna.

Selain itu, dilakukan juga desain ulang logo sirup Tjampolay dengan mempertahankan unsur asal daerah dan menambahkan elemen baru untuk memberikan informasi kepada pengguna. Perancangan *User Interface* dan *User Experience* yang telah dilakukan mendapat hasil yang memuaskan, tetapi metode yang digunakan pada perancangan *PR Package* sirup Tjampolay ini belum tentu memberikan hasil yang sama jika diimplementasikan dalam bentuk *PR Package* atau produk lain, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode perancangan yang berbeda dengan harapan dapat menjadi pembanding untuk hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Blessya, S. Y. (2021, Mei 6). *Apa itu PR Package?* Retrieved from Medium:
<https://latihid.medium.com/apa-itu-pr-package-3dfcf1ee7485>
- DeSantis, D. (2015). *Making Music : 74 Creative Strategies for Electronic Music Producer*.
Germany: Ableton AG.
- lamprecht, e. (2023, June 2). *The Difference Between UX and UI Design: A Beginner's Guide*.
Retrieved from Careerfoundry: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>
- The Importance of PR Packages*. (2022, March 2022). Retrieved from College of
Communication : PRLab Student Staffed Public Relation Agency:
<https://www.bu.edu/prlab/2022/03/07/the-importance-of-pr-packages/#:~:text=PR%20packages%20are%20packages%20of,it%20to%>
- Saputri, I. S. Y., Fadhli, M., & Surya, I. (2017). Penerapan Metode UCD (User Centered Design) Pada ECommerce Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 269-278.
- Eugenia, M., Abdurrofi, M., Almahenzar, B., & Khoirunnisa, A. (2022). Pendekatan Metode User-Centered Design dan System Usability Scale dalam Redesain dan Evaluasi Antarmuka Website. *Seminar Nasional Official Statistics, 2022(1)*, 573-584. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2022i1.1454>
- Nurhadryani, Y., Sianturi, S. K., Hermadi, I., & Khotimah, H. (2013). Pengujian usability untuk meningkatkan antarmuka aplikasi mobile. *Jurnal Ilmu Komputer dan Agri-Informatika*, 2(2), 83-93.