

PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN BUBUK BANDREK BETALANA DI DESA POHAN TONGA KECAMATAN SIBORONG-BORONG

Johan Gabriel Simarmata¹⁾ Adek Cerah Kurnia Azis²⁾ Hadi Alhail³⁾

^{1,2} Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan

³ Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Email: tobatousta.official@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha Bandrek Betalana dalam memperbaiki desain kemasan bubuk bandrek di Desa Pohan Tonga, Kecamatan Siborong-borong, Kabupaten Tapanuli Utara. Penelitian ini termasuk dalam kategori pengembangan dan menggunakan metode R&D (Level 3). Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah kemasan bubuk bandrek Betalana yang hadir dalam tiga varian rasa: original, ekstra pedas, dan diabet. Sampel penelitian terdiri dari tiga desain kemasan yang dianalisis menggunakan teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penilaian oleh apresiator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan 1 mendapatkan penilaian yang baik untuk aspek bentuk, warna, dan tipografi, dengan total nilai 2.480 dan nilai rata-rata 91,85, yang sesuai dengan harapan peneliti. Sebaliknya, desain kemasan 3 memperoleh nilai terendah dengan total nilai 2.415 dan nilai rata-rata 89,44. Oleh karena itu, desain kemasan 1 dinyatakan sebagai pilihan yang paling sesuai, karena dianggap lebih menarik, higienis, mewah, rapi, bersih, dan memiliki nilai ekonomis.

Kata Kunci: desain kemasan, bentuk, warna, tipografi

Abstract

This research aims to assist Betalana Bandrek business operators in improving the design of bandrek powder packaging in Pohan Tonga Village, Siborong-borong District, North Tapanuli Regency. The study falls under the development category and uses the R&D (Level 3) method. In this research, the focus population is the Betalana bandrek powder packaging, which comes in three flavor variants: original, extra spicy, and diabetic. The research sample consists of three packaging designs analyzed using a saturated sampling technique. Data were collected through observation, interviews, documentation, and evaluation by appraisers. The results show that Design 1 received favorable ratings for aspects of shape, color, and typography, with a total score of 2,480 and an average score of 91.85, meeting the researcher's expectations. Conversely, Design 3 received the lowest score, with a total score of 2,415 and an average score of 89.44. Therefore, Design 1 is deemed the most suitable option, as it is considered more attractive, hygienic, luxurious, neat, clean, and economically valuable.

Keywords: packaging design, shape, color, typography

Correspondence author: Hadi Alhail, hadialhail22@gmail.com, Semarang, and Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Zaman globalisasi seperti saat ini, keadaan persaingan di dalam pasar semakin ketat dan produsen saling berlomba untuk berinovasi pada produk mereka. Salah satunya adalah keindahan desain kemasan yang dipakai untuk mengemas produk mereka dengan semaksimal mungkin agar bisa menjadi daya tarik yang jitu untuk para konsumen. Persaingan ini menjadi hal yang harus diperhatikan karena konsumen menjadi lebih selektif pada saat memilih produk. Di lingkungan masyarakat sekarang ini, khususnya di tempat wisata di berbagai daerah di Indonesia, banyak produk makanan atau minuman yang bervariasi dikelola oleh pelaku – pelaku usaha lokal.

Desa Pohan Tonga merupakan salah satu desan di Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara. Desa ini juga tidak kalah dalam melakukan pengembangan terhadap produk dagang yang dilakukan. Desa Pohan Tonga ini menjadi lintasan yang strategis bagi masyarakat yang ingin berkunjung ke berbagai tempat wisata seperti Salib Kasih, Permandian Air Soda, Permandian Air Panas, dan lain-lain. Desa Pohan Tonga juga sangat dekat dengan Bandara Silangit Kec. Soborong-borong. Hal ini menjadi fokus masyarakat yang bergerak di bidang usaha dalam menciptakan produk yang menarik yang mampu menjadi buah tangan yang akan dibawa pengunjung yang datang ke daerah ini.

Seiring berkembangnya zaman dan berkembangnya usaha yang ada di Kabupaten Tapanuli Utara, ragam usaha di masyarakat berupa tenunan ulos, anyaman pandan, kuliner khas Tapanuli Utara seperti kacang sihobuk, kue talam, ombus-ombus, kopi-kopian, dan olahan jahe. Produk dagang tersebut merupakan hasil kreatifitas masyarakat yang sudah ada sejak lama dan masih berjalan sampai sekarang. Hasil dari produk yang diharapkan dapat menguasai pasar buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tapanuli Utara.

Dalam memilih produk, wisatawan yang berkunjung pastinya lebih selektif ketika memilih produk yang akan mereka konsumsi dan sesuai dengan yang diharapkan, seperti produk yang memiliki berciri khas cita rasa dan yang memiliki unik daerah Kabupaten Tapanuli Utara. Produk makanan dari pelaku usaha dapat dilihat dari desain kemasannya. Kemasan dengan desain khusus sebagai ikon dan ciri khas dari produk tersebut. Komponen kemasan dari produk-produk yang bersaing di pasar berupa logo dari pelaku usaha, nama produk, komposisi produk, dan alamat dari pelaku usaha dalam menjual produk, dari hasil observasi dengan salah satu pelaku usaha di Kabupaten Tapanuli Utara pada hari Rabu, 21 September 2022 pukul 17.00 WIB bertempat di Desa Pohan Tonga Kecamatan Siborong – borong yaitu Juang Simanjuntak berumur 28 tahun selaku owner produk Betalana yang menjual produk bubuk bandrek. Mereka membuat kemasan produk yang menyertakan nama usaha, alamat produksi, berat bersih, dan varian dari produk bubuk bandrek di kemasan tersebut.

Ia mengatakan bahwa desain yang terdiri dari bentuk, warna, dan tipografi adalah hal penting, tetapi Juang mengakui bahwa ada kendala yang dialami dalam melakukan inovasi pada desain kemasan yang sudah ada. Juang masih memakai kemasan polos dan menempelkan stiker dengan nama usaha pada sisi depan kemasan saja. Hal ini menyebabkan produk yang dikemas kurang menarik. Faktor pertama penyebabnya antara lain adalah tulisan informasi yang ditampilkan sangat sulit untuk dibaca, dikarenakan pemilihan tipografi yang kurang tepat. Kedua, penggunaan warna masih sangat sederhana dan kurang selaras dengan jenis produk yang disajikan yaitu bandrek. Ketiga, desain kemasan kurang komersial, yang dimaksud dengan kurang komersial disini adalah desain kemasan yang mampu dijadikan sebagai media komunikasi dari kemasan tersebut, merepresentasikan produk, mudah dipahami dan diingat juga menjadi identitas pembeda dengan produk lain yang mana hal tersebut bisa dijadikan sebagai alat promosi sehingga mampu menambah nilai daya beli bagi konsumen tanpa harus mengabaikan arti dari produk itu sendiri, karena desain kemasan yang dimiliki Juang sekarang masih memiliki kekurangan, diantaranya desain tidak memerhatikan garis tepi, foto yang terdapat pada desain kemasan tidak berkualitas tinggi. Keempat, komposisi gambar dan tipografi pada kemasan tidak seimbang sehingga membuat informasi pada kemasan sulit untuk

dibaca. Pada tahap ini peneliti memaklumi desain kemasan tersebut, hal ini dikarenakan desain kemasan yang sudah ada dirancang oleh istri dari Juang sendiri yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di bidang seni rupa.

Beberapa hal di atas menjadi dasar penelitian ini dilakukan. Melalui pengembangan desain kemasan produk dengan tujuan menyempurnakan atau mengembangkan produk yang telah ada menjadi kemasan yang lebih efektif, efisien dan lebih praktis dari produk sebelumnya. Pengembangan berfokus pada desain bentuk, warna dan tipografi dengan tujuan agar lebih menarik secara visual dan menambah nilai jual bagi para konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bentuk pada desain kemasan produk bubuk bandrek Betalana di Desa Pohan Tonga?
2. Bagaimana pemilihan warna pada desain kemasan produk bubuk bandrek Betalana di Desa Pohan Tonga?
3. Bagaimana penggunaan tipografi pada desain kemasan produk bubuk bandrek Betalana di Desa Pohan Tonga?

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, pada tahap ini peneliti menguraikan berbagai disiplin ilmu yang relevan sebagai panduan dan informasi untuk penelitian ini. Penelitian desain dan pengembangan adalah istilah umum yang merujuk pada studi desain dan pengembangan dengan menggunakan berbagai metode dan strategi, baik kuantitatif maupun kualitatif. Pilihan metode dan penerapannya tidak hanya bergantung pada sifat masalah dan pertanyaan penelitian, tetapi juga pada apakah penelitian tersebut berfokus pada produk, alat, atau model penelitian (Richey dan Klein, 2007: 46).

Pengembangan melibatkan penggunaan pengetahuan dari penelitian untuk menciptakan produk, proses, model, layanan, atau peralatan baru yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta tuntutan pasar (Yusuf, 2014: 45). Dalam penelitian pengembangan, langkah-langkah yang diikuti termasuk menganalisis temuan dari penelitian produk yang akan dikembangkan serta merancang pengembangan produk berdasarkan hasil temuan tersebut.

Kertajaya (dalam Dameria, 2014: 54) mengemukakan bahwa fungsi kemasan saat ini telah berkembang dari sekadar pelindung atau wadah menjadi alat promosi untuk produk yang dikemas. Nugroho (2006: 13) menambahkan bahwa strategi kreatif dapat mencakup modifikasi pada berbagai aspek produk, seperti:

1. Bentuk
Bentuk adalah elemen utama yang berkontribusi pada daya tarik visual keseluruhan, ditentukan oleh karakteristik produk, cara produk dipajang, dan cara kemasan digunakan.
2. Warna
Warna seringkali menjadi hal pertama yang dilihat oleh konsumen dari jarak jauh, lebih cepat daripada bentuk atau desain. Karena itu, warna adalah elemen pertama yang menarik perhatian saat produk berada di rak penjualan.
3. Tipografi
Tipografi menyampaikan pesan melalui teks yang menjelaskan produk dan mengarahkan konsumen untuk bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen.
4. Ilustrasi
Ilustrasi adalah unsur penting dalam komunikasi kemasan, berfungsi sebagai bahasa universal yang menyampaikan maksud kemasan secara efektif.
5. Merek atau logo
Merek atau logo berfungsi sebagai identitas produk, membedakan kemasan satu dengan yang lainnya, dan memperkenalkan produk kepada masyarakat dalam bentuk yang tidak terkait langsung dengan produk itu sendiri.

Purnomo (2004: 14) menjelaskan bahwa bentuk adalah representasi atau citra dari objek atau karya itu sendiri. Bentuk awalnya dihasilkan melalui proses desain di atas kertas yang mencakup rincian tentang bentuk, ukuran, warna, dan sebagainya. Sementara itu, Sembiring

(2014:137) mengemukakan bahwa bentuk adalah salah satu dari tujuh unsur seni. Bentuk dasar terbagi menjadi dua dimensi dan tiga dimensi. Bentuk dua dimensi bisa berupa bentuk datar (flat) atau yang memberikan ilusi tiga dimensi. Dalam seni rupa, bentuk mencakup semua elemen yang terlihat serta cara elemen-elemen tersebut dipadukan. Berbagai elemen ini sering disebut sebagai unsur-unsur bentuk. Selain itu, tata letak bentuk-bentuk ini menggunakan prinsip-prinsip desain atau kaidah seni/estetis. Pembahasan ini dimulai dengan menjelaskan keragaman unsur-unsur bentuk.

Berdasarkan berbagai sumber, terdapat beberapa elemen bentuk yang bisa diamati, seperti titik, garis, bidang, tekstur, warna, cahaya dan bayangan, ruang dan volume, serta massa. Dalam seni rupa, bentuk diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: geometris dan non-geometris. Berikut penjelasan mengenai kedua jenis bentuk tersebut:

1. Bentuk geometris, terdiri dari bentuk-bentuk seperti persegi, lingkaran, dan segitiga yang memanfaatkan prinsip-prinsip ilmu ukur.
2. Bentuk non geometris, adalah bentuk yang tidak terikat pada bentuk-bentuk bangun ruang yang terukur, melainkan pada bentuk yang lebih fleksibel, seperti gambar hewan, bunga, dan sebagainya. Dalam seni rupa, khususnya pada motif, bentuk non-geometris biasanya ditempatkan secara tidak teratur atau dibuat secara acak.

Warna adalah kualitas visual yang membedakan dua objek atau bentuk yang mungkin memiliki ciri, ukuran, dan nilai kecerahan yang serupa (Sunaryo, 2002: 12). Menurut pandangan lain, warna merupakan unsur visual yang menunjukkan perbedaan antara satu area dengan area datar lainnya atau dengan area di sekelilingnya (Syafi'i, 2001:24). Dengan kata lain, perbedaan warna pada suatu objek dapat mempengaruhi bagaimana objek tersebut terlihat.

Sulasm (2002:18) menjelaskan bahwa setelah penemuan spektrum warna oleh ahli fisika Sir Isaac Newton, penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa warna disebabkan oleh cahaya. Berdasarkan pandangan ini, warna dalam ilmu fisika adalah berkas cahaya dengan gelombang dan frekuensi yang berbeda, yang diterima oleh mata dan menciptakan kesan atau sensasi warna.

Tipografi adalah seni dalam mengatur elemen publikasi dengan menggunakan huruf cetak. Proses ini melibatkan desain bentuk huruf serta penataannya dalam komposisi yang tepat untuk mencapai tampilan visual yang diinginkan (Kusrianto, 2007:190). Dalam teks atau tata letak, tipografi merupakan elemen yang sangat penting karena selain memberikan elemen visual, teks juga menyampaikan informasi yang diperlukan oleh audiens (Rustan, 2017:18).

Penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual dikenal sebagai "desain tipografi". J. Ben Lierman, dalam bukunya *Types of Typeface* (1967), mengemukakan bahwa ada dua aspek utama yang menentukan keberhasilan desain terkait tipografi, yaitu (Anggraini dan Nathalia, 2018:65):

1. *Legibility* (kualitas huruf), ini merujuk pada sejauh mana mata dapat dengan mudah mengenali suatu karakter atau huruf tanpa kesulitan. Keterbacaan kata atau kalimat dipengaruhi oleh kompleksitas desain huruf dan pemilihan warna.
2. *Readability* (penggunaan huruf), ini berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan saat membaca rangkaian huruf dalam desain tipografi atau tata letak.
3. *Visibility* (jarak pandang), ini adalah kemampuan huruf, kata, atau kalimat dalam desain komunikasi visual untuk tetap terbaca pada jarak tertentu.
4. *Clarity* (kejelasan huruf), ini menunjukkan seberapa jelas huruf dalam suatu desain sehingga dapat dibaca dan dipahami oleh pengamat, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi visual yang efektif antara produk dan pengamat.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tipografi dalam desain komunikasi visual dapat meningkatkan efektivitas komunikasi karya desain. Namun, jika tipografi tidak digunakan dengan benar, kualitas desain bisa terpengaruh negatif. Hal ini karena setiap huruf memiliki dampak psikologis dan tujuan tertentu untuk pembaca. Struktur masing-

masing jenis huruf memainkan peran penting dalam kenyamanan membaca dan keseluruhan kualitas desain.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode pengembangan tingkat 3, yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti menggunakan laptop dan smartphone sebagai alat bantu dalam penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif, mengikuti panduan penelitian dan pengembangan yang diuraikan oleh Richey dan Klein pada level 3 (Uji untuk Pengembangan Produk yang Ada). Penelitian ini berfokus pada mendeskripsikan dan menjelaskan hasil temuan mengenai variabel-variabel yang diteliti, yaitu bentuk, warna, dan tipografi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

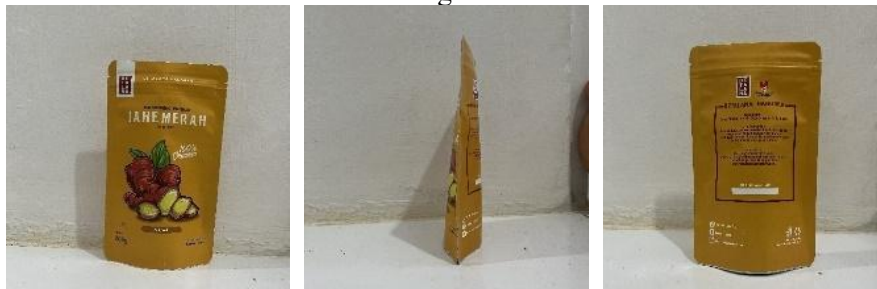
Hasil

Penelitian ini bersifat pengembangan, dengan sampel penelitian berupa 3 varian rasa bubuk bandrek Betalana. Saat observasi, peneliti mengambil 3 sampel saja karena pemilik usaha hanya menjual bubuk bandrek dengan 3 varian antara lain *original*, ekstra pedas, dan diabet.

Peneliti tidak hanya menilai berdasarkan pandangan peneliti saja, tetapi melibatkan beberapa narasumber sebagai apresiator yang akan membantu peneliti dalam menilai karya desain kemasan. Adapun narasumber yang dimaksud peneliti diantaranya dosen Seni Rupa Unimed dan desainer grafis yang paham dan ahli bidang pengetahuan akademik seni rupa yang berkaitan dengan unsur bentuk, warna, dan tipografi, hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih objektif, 3 orang apresiator atau tim penilai yakni: Drs. Nelson Tarigan, M.Si. (penilai I), M. Hasby Amri Khairi, S.Pd (penilai II), Nurdiansyah, S.Pd (penilai III).

1. Desain 1

Original



Ekstra Pedas



Diabet



Gambar 1. Desain 1 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana (Simarmata, 2022)

2. Penilaian

Tabel 1. Hasil Penilaian Desain 1 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

No	DESAIN 1		Aspek Penilaian Desain			Jlh	R	K
			B	W	T			
1.	P 1	Original	90	90	90	270	90	SB
		Ekstra Pedas	90	100	95	285	95	SB
		Diabet	90	90	90	270	90	SB
2.	P 2	Original	90	100	95	285	95	SB
		Ekstra Pedas	95	90	90	275	91,66	SB
		Diabet	95	90	85	270	90	SB
3.	P 3	Original	90	95	90	275	91,66	SB
		Ekstra Pedas	90	95	90	275	91,66	SB
		Diabet	90	90	95	275	91,66	SB

Jumlah	820	840	820	2.480	826,64	
Rata-rata	91,11	93,33	91,11	275,55	91,85	
Keterangan	A	A	A		A	

Keterangan:

- P 1 : Penilai 1
- P 2 : Penilai 2
- P 3 : Penilai 3
- B : Bentuk
- W : Warna
- T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh tim penilai menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 1 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik) dengan jumlah nilai = 2.480 dan nilai rata-rata keseluruhan = 91,85. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 840 dengan nilai rata-rata sebesar = 93,33 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik).

3. Desain 2



Gambar 2. Desain 2 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana (Simarmata, 2022)

4. Penilaian

Tabel 2. Hasil Penilaian Desain 2 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

No	DESAIN 2		Aspek Penilaian Desain			Jlh	R	K
			B	W	T			
1.	P 1	Original	90	95	85	270	90	SB
		Ekstra Pedas	90	95	85	270	90	SB
		Diabet	90	90	95	275	91,66	SB
2.	P 2	Original	95	90	90	275	91,66	SB
		Ekstra Pedas	95	90	90	275	91,66	SB
		Diabet	90	90	90	270	90	SB
3.	P 3	Original	90	90	85	265	88,33	B
		Ekstra Pedas	90	90	90	270	90	SB

	Diabet	90	90	85	265	88,33	B
Jumlah		820	820	795	2.435	811,64	
Rata-rata		91,11	91,11	88,33	270,55	90,18	
Keterangan		A	A	B		A	

Keterangan:

- P 1 : Penilai 1
- P 2 : Penilai 2
- P 3 : Penilai 3
- B : Bentuk
- W : Warna
- T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh apresiator menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 2 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik) dengan jumlah nilai = 2.435 dan nilai rata-rata keseluruhan = 90,18. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Berikutnya penilaian untuk aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Kemudian penilaian untuk aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 795 dengan nilai rata-rata sebesar = 88,33 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik).

5. Desain 3

Original



Ekstra Pedas



Diabet



Gambar 3. Desain 3 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana

6. Penilaian

Tabel 3. Hasil Penilaian Desain 3 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

No	DESAIN 3		Aspek Penilaian Desain			Jlh	R	K
			B	W	T			
1.	P 1	Original	90	85	85	260	86,66	B
		Ekstra Pedas	90	90	90	270	90	SB
		Diabet	90	95	90	275	91,66	SB
2.	P 2	Original	80	95	90	265	88,33	B
		Ekstra Pedas	95	95	80	270	90	SB
		Diabet	90	95	80	265	88,33	B
3.	P 3	Original	90	95	85	270	90	SB
		Ekstra Pedas	90	95	85	270	90	SB
		Diabet	90	95	85	270	90	SB
Jumlah			805	840	770	2.415	804,98	
Rata-rata			89,44	93,33	85,55	268,32	89,44	
Keterangan			B	A	B		B	

Keterangan:

- P 1 : Penilai 1
- P 2 : Penilai 2
- P 3 : Penilai 3
- B : Bentuk
- W : Warna
- T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh apresiator menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 3 masuk ke dalam kategori B (Baik) dengan jumlah nilai = 2.415 dan nilai rata-rata keseluruhan = 89,44. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 805 dengan nilai rata-rata sebesar = 89,44 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik). Berikutnya penilaian untuk aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 840 dengan nilai rata-rata sebesar = 93,33 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Kemudian penilaian untuk aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 770 dengan nilai rata-rata sebesar = 85,55 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik).

Setelah mengolah data, peneliti menemukan bahwa desain dengan nilai tertinggi adalah desain 1, yang memperoleh total nilai sebesar 2.480 dan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 91,85. Sebaliknya, desain dengan nilai terendah adalah desain 3, dengan total nilai 2.415 dan

nilai rata-rata keseluruhan 89,44. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa desain kemasan yang dipilih dan memenuhi semua indikator yang telah ditentukan adalah desain 1.

Pembahasan

Desain 1 tersusun dari ilustrasi jahe merah dengan menampilkan bagian isi daging jahe secara terpotong dibuat dengan teknik *digital painting* dengan metode olah digital Ipad Pro 2018, pada bagian atas terdapat nama merek dagang usaha Betalana Bandrek dengan penempatan logo berada pada sebelah kiri. Terdapat teks “BANDREK BUBUK JAHE MERAH” pada bagian tengah tepatnya diatas ilustrasi jahe dengan tujuan menyampaikan informasi bahwa produk ini adalah olahan bubuk bandrek jahe merah, lalu pada atas kanan ilustrasi jahe terdapat teks “100% Organic” dengan mempertegas bahwa olahan produk ini adalah olahan rempah tanpa adanya tambahan bahan kimia. Dibagian bawah ilustrasi terdapat *shape* persegi panjang untuk varian agar calon konsumen nantinya bisa membedakan jenis – jenis produk Betalana, setiap varian memiliki warna yang berbeda – beda yaitu *original* dengan warna dominan kuning jahe, warna hijau pada varian diabet dan warna merah pada varian ekstra pedas.

Pada bagian bawah desain terdapat informasi mengenai jumlah berat dari produk dan informasi sumber yang memproduksi olahan bubuk bandrek ini, pada bagian belakang desain kemasan terdapat komposisi dari olahan bubuk bandrek, ada juga tempat untuk menulis manual kadaluarsa, dibagian atas komposisi terdapat logo dari usaha Betalana dan logo UMKM Bangga Buatan Indonesia. Bagian bawah terdapat informasi kontak dan media sosial dari pelaku usaha. Tipografi pada desain 1 ini lebih dominan menggunakan huruf *signika*. Hasil kreativitas pengembangan desain kemasan bubuk bandrek Betalana desain 1 oleh peneliti sudah sangat baik dan memenuhi standar sesuai dengan tabel indikator penilaian yang telah divalidasi.

Kemudian pada desain 2, tersusun dari ilustrasi jahe merah lalu ditempatkan pada sisi kiri desain kemasan, pada bagian atas kanan terdapat nama merek dagang usaha Betalana Bandrek lalu logo Bangga Buatan Indonesia pada sebelah kiri Betalana. Terdapat teks varian pada bagian tengah sebelah kanan ilustrasi jahe dengan tujuan agar calon konsumen nantinya bisa membedakan jenis – jenis produk Betalana, setiap varian memiliki warna kemasan yang berbeda – beda sesuai dengan 3 varian olahan bubuk bandrek Betalana yaitu *original* dengan warna dominan kuning jahe, warna hijau pada varian diabet dan warna merah pada varian ekstra pedas. lalu terdapat informasi dibawah varian yang menjelaskan produk ini adalah produk bubuk bandrek jahe merah, lalu teks 100% *Organic* yang menjelaskan ini adalah murni olahan rempah.

Pada bagian bawah desain terdapat informasi mengenai jumlah berat dari produk dan informasi sumber yang memproduksi olahan bubuk bandrek ini, pada bagian belakang desain kemasan terdapat nama usaha Betalana Bandrek dan komposisi dari olahan bubuk bandrek, ada juga tempat untuk menulis manual kadaluarsa. Bagian bawah terdapat informasi kontak dan media sosial dari pelaku usaha. Tipografi pada desain 2 ini lebih dominan menggunakan huruf *signika*.

Pembahasan pada desain 3 Pada desain 3 peneliti mengkonsep desain dengan tema budaya, bisa dilihat pada bagian atas desain ada motif ornamen *Gorga Simeol-eol Marcialoan* yang mendeskripsikan bahwa produk ini berasal dari Sumatera Utara, pada bagian tengah atas terdapat nama usaha Betalana Bandrek dengan huruf *signika* dan diapit ornamen *Gorga Simata ni ari*, dengan sedikit improvisasi oleh peneliti.

Pada bagian atas kanan desain terdapat persegi panjang warna merah *maroon* dengan teks 100% *organic*, untuk varian dari produk pada desain 3 ditempatkan ditengah – tengah dengan informasi jenis produk pada bagian bawah varian. Ilustrasi jahe merah berada pada bagian bawah varian, ilustrasi ini dibuat menggunakan teknik *digital painting* menggunakan aplikasi Pro Create pada Ipad Pro 2018, kemudian informasi berat berada pada sisi kanan bawah dan informasi sumber produksi dari bubuk bandrek berada disebelah kanan. Bagian belakang desain

ini terdapat informasi komposisi dari olahan bubuk bandrek, bagian atas komposisi terdapat logo Betalana Bandrek dengan huruf tradisional aksara batak toba yang artinya “Betalana”, kemudian informasi mengenai kadaluarsa tidak lupa ditampilkan, bagian bawah terdapat informasi kontak dari pelaku usaha.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil temuan dan pembahasannya adalah penerapan bentuk pada desain kemasan bubuk bandrek Betalana sudah tergolong baik, bisa mewakili produk, secara fungsi dan jenis produk sehingga lebih praktis, efisien, dan fleksibel. Kemudian pada penerapan warna secara keseluruhan sudah tergolong sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari penggunaan warna yang seimbang dan harmonis. Penerapan warna juga dapat mewakili identitas produk dan mampu mencitrakan rasa dari produk. Kemudian pada penerapan tipografi pada kemasan bubuk bandrek Betalana sudah tergolong sangat baik, dilihat dari legibility, readability dan clarity yang baik. Bentuk huruf yang sesuai dan penggunaan warna yang kontras pada teks, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami. Jenis huruf yang paling banyak digunakan pada kemasan bubuk bandrek Betalana adalah *sans serif* yang memiliki sifat *modern*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini S, Lian dan Kirana Nathalia. (2018). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Dameria, Anne. (2014). *Packaging Handbook*. Jakarta: Link Match Graphic.
- Kartono, Gamal. (2015). *Tipografi*. Medan: UNIMED Press
- Kertajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000/SC Siasat memenangkan Persaingan Global*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Nugroho, Banu Tri. (2006). *Menambah Daya Tarik Melalui Keindahan*. Diunduh 20 November 2021 dari <https://mipa.uns.ac.id/>
- Purnomo, Heri. (2004). *Nirmana Dwimatra*. Yogyakarta: Fakultas Bahasa dan Seni UNY.
- Richey, R. C., & Klein, J. (2007). *Design and Development Research: Methods, Strategies, and Issues*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Rustan, Suriyanto. (2017). *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sembiring, Dermawan. (2014). *Wawasan Seni*. Medan: UNIMED Press
- Sulamsi, Darmaprawira. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB
- Sunaryo. (2002). *Nirmana I. Hand Out*. Semarang: Jurusan Seni Rupa. Fakultas Bahasa dan Seni UNNES. Syafii. 2006.
- Syafi'i, Achmad. (2001). *Nirmana Datar*. Surakarta: STSI Press.
- Yusuf. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.