



REDESAIN KEMASAN “IKAN KAYU CAP KAPAL TSUNAMI”

Fentisari Desti Sucipto^{1*}, Rino Yuda^{2*}

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Budaya Indonesia Aceh
Jl. Transmigrasi, Gampong Buket Meusara, Kec. Kota Jantho, Kab. Aceh Besar, Kode Pos 23911
Aceh, Indonesia
Email: piknos.design@gmail.com, rinoyuda@isbiaceh.ac.id*

Abstrak

Bencana Tsunami yang pernah melanda Aceh pada tahun 2004 menyisakan kenangan pahit bagi semua penyintasnya, namun Ibu Fauziah yang merupakan pemilik UD Tuna Cap Kapal Tsunami di Aceh mencoba untuk bertahan hidup dengan memproduksi makanan yaitu Ikan Kayu yang terbuat dari Tuna. Desain ilustrasi pada kemasan Ikan Kayu Cap Tuna menggambarkan kejadian pasca Tsunami di daerah Lampulo, Banda Aceh. Bencana alam sebagai salah satu inspirasi dalam karya seni sering diterapkan oleh seniman, namun sebuah ilustrasi pasca bencana pada desain kemasan oleh-oleh belum banyak kajiannya. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba membaca dan memaknai ilustrasi desain kemasan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan juga observasi. Model telaah pada penelitian ini adalah *grounded theory*.

Kata Kunci: desain kemasan, redesain.

Abstract

Aceh Tsunami Incident that happen in 2004 has saving bad memories for all its survivor. In this psychological crisis, Ibu Fauziah as an owner of UD Tuna Cap Kapal Tsunami Aceh tried to survive through produce food from Tuna Flakes Fish. The illustration design on its packaging illustrates incident after Tsunami around Lampulo, Banda Aceh. Incident as one of the art inspiration sources is popular between the artist, but the research of an illustration after the incident in the packaging design is unfamiliar. Thus, this research tried to understand and interpret packaging design using qualitative approach. The data collecting using interview and also observation. Study model using grounded theory.

Keywords: packaging design, redesign.

PENDAHULUAN

Kejadian Tsunami yang menimpa Aceh pada tahun 2004 silam meninggalkan lukarohani dan jasmani pada para penyintasnya. *Non Government Organization* (NGO) atau Lembaga Swadaya Masyarakat berdatangan dari berbagai kota dan negara untuk memberikan bantuan kepada para korban selamat. Salah satu penyintas tsunami yang mendapatkan bantuan pelatihan adalah Ibu Fauziah hingga usaha mandiri sukses hingga sekarang. Usaha tersebut adalah ikan kayu yang dikemas sehingga awet dan bisa didistribusikan hingga ke luar provinsi Aceh.

Berbagai media massa di Indonesia baik lokal maupun nasional seperti Koran Serambi, Kompas, Antara, Cable News Network (CNN) Indonesia, dan beberapa media online pernah memuat berita mengenai Ibu Fauziah. Kompas online pada tahun 2013 pernah menginformasikan bahwa Ibu Fauziah menghasilkan keuntungan 15-20 Juta per-bulan. Berita ini

menunjukkan usaha yang dilakukan oleh Ibu Fauziah dapat dikatakan sukses. Namun, jikakita melihat pada desain kemasan oleh-oleh tersebut, penggunaan elemen grafis untuk menunjang daya beli konsumen masih belum memenuhi *guideline* tampilan kemasan.

Menurut Julianti (2014) pedoman tampilan kemasan agar selaras dengan tujuandesain adalah menampilkan sisi unik serta keunggulan produk dibandingkan dengan pesaingnya, merupakan hasil dari perbaikan visual penampilan dan nilai produk, kombinasi unsur grafis dan ergonomi kemasan mempunyai keselarasan *brand* tertentu, dapat menjadi pembeda yang kuat antara varian produk, kemasan yang berbeda akan tetapi masih sesuai dengan kategorinya, dan mempunyai inovasi yang diintegrasikan dengan persoalan teknis perusahaan. Berdasarkan enam kategori tersebut, desain kemasan Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami belum sepenuhnya memenuhi kriteria. Padahal, produk ini berpotensi untuk dipasarkan secara internasional



karena mempunyai filosofi yang kuat dengan penggunaan konsep kebencanaan.

Soedarso (2006) menuliskan bahwa simbolisme setiap karya seni dalam berbagai hal merupakan gambaran alam pikiran masyarakat yang memilikinya. Pada fenomena desain kemasan Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami, terlihat bahwa ada unsur grafis berupa kapal yang terdampar di daratan. Keberadaan kapal itu kini menjadi satu lokasi pariwisata di Aceh yang diberi nama PLTD Apung. Hal ini pula yang mungkin menjadi salah satu konsep desain kemasan pada Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami. Namun, penerapan unsur grafisnya layout kemasan makanan belum selaras dengan nilai estetika. Sehingga, menarik bagi peneliti untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan mengacu pada kaidah desain kemasan.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, peneliti akan melakukan sebuah kajian lalu menciptakan sebuah desain kemasan yang dapat memvisualkan kekuatan *branding* sehingga konsumennya bukan saja berasal dari Indonesia, melainkan juga dari luar Indonesia. Hal ini dirasa memungkinkan untuk dilakukan karena peluang oleh-oleh khas Aceh masih sangat besar, apalagi Ibu Fauziah merupakan salah satu pencetus ide oleh-oleh makanan ikan kayu. Oleh karena itu, judul yang ditetapkan dalam proposal ini adalah “Redesain dan Reposisi Desain Kemasan “Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami””.

Redesain berasal dari bahasa Inggris yaitu ‘re-’ yang berarti mengulang atau kembali dan ‘design’ berarti merencanakan kembali atau membentuk ulang sesuatu yang sudah ada. Redesain pada suatu karya desain akan dilakukan jika terjadi reposisi atas target marketingnya, desain kemasan dirasa kurang mewakili produknya, desain kemasan dirasa kurang ergonomis dan masih banyak faktor lainnya. Sedangkan istilah reposisi yang digunakan pada proposal ini, merujuk pada pengertian bahwa suatu produk mengalami perubahan segmentasi pasar.

KAJIAN TEORI

Ariano dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Rebranding dan Repositioning terhadap Brand Ekuitas Smartphone Microsoft Lumia melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 175 responden. Kriteria dari responden tersebut adalah pengguna merek Lumia sejak era merk Nokia. Metode pengolahan data dengan model *structural equation* dengan tujuan untuk menganalisis hubungan setiap variabel penelitian. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa *rebranding* tidak mempunyai pengaruh terhadap brand ekuitas dalam kondisi sebuah brand tersebut

mempunyai persepsi positif bagi konsumen. Lebih jauh lagi, reposisi dapat memberikan pengaruh langsung terhadap brand ekuitas.

Widjaya, Yuwono dan Mardiono (2016) merancang desain kemasan makanan ringan roti kecil merk Ganep. Roti kecil Merk Ganep’s adalah oleh-oleh yang khas dari kota Surakarta. Perusahaan ini telah berdiri sejak 1881. Produk unggulan mereka adalah roti kecil. Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti, roti kecil dicetuskan pertama kali oleh Perusahaan Ganep. Permasalahan yang diangkat adalah perbedaan visual pada desain kemasan tidak dapat mewakili persepsi konsumen bahwa produk roti tersebut berasal dari Surakarta. Sehingga peneliti melakukan rancangan untuk mendesain ulang (redesain) kemasan makanan ringan merk Ganep sehingga memenuhi standar kemasan, konsep dan mempunyai satu brand yang baik.

Perbaikan Desain Kemasan atau redesain kemasan produk biskuit Brownies oleh Pulungan, Hastari, dan Dewi (2019) menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)* di UKM Canggih Fully. Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah kekurangan dari desain kemasan yang sudah ada seperti kurang menarik, material desain kemasan yang kurang baik menyebabkan produk mudah patah dan pelanggan ragu untuk melakukan pembelian terhadap produknya. Selain itu, UKM Canggih Fully mempunyai visi untuk melakukan perluasan terhadap segmentasi pasar. Oleh karena itu dilakukan QFD untuk menemukan kebutuhan pasar akan desain kemasan. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka dirancanglah kemasan sesuai dengan unsur estetika dan kebutuhan pasar.

Donida, Prastawa dan Mahacandra (2019) melakukan satu perancangan desain kemasan pada produk Carica menggunakan konsep Kansei Engineering dan Model Kano serta analisis konjoin. Teori Kansei engineering mempermudah pemenuhan tersebut dalam penentuan aspek yang dirasakan konsumen ketika hendak melakukan pembelian pada carica. Aspek non-significant dinilai tidak sesuai diterapkan sebagai konsep desain kemasan carica. Selanjutnya berbagai macam aspek kemasan yang ingin dirasakan oleh konsumen akan dihubungkan dengan desain menggunakan analisis konjoin. Sehingga penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa desain kemasan yang akan dirancang adalah berbentuk kotak dan berbahan kaca, mempunyai label bergambar buah dan memiliki tonecolor jingga.





Berdasarkan pada beberapa tulisan sebelumnya belum ada tulisan yang mengkaji topik redesain dan reposisi pada suatu proses perancangan desain kemasan oleh-oleh makanan. Oleh karena itu topik redesain dan reposisi pada desain kemasan menjadi sebuah inovasi atau kebaruan dalam disiplin Desain Komunikasi Visual.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Saldana (2011) penelitian kualitatif merupakan payung untuk pendekatan yang lebih luas dan beragam dalam rangka mempelajari mengenai kehidupan atau kejadian sosial yang natural.

1. Pendekatan

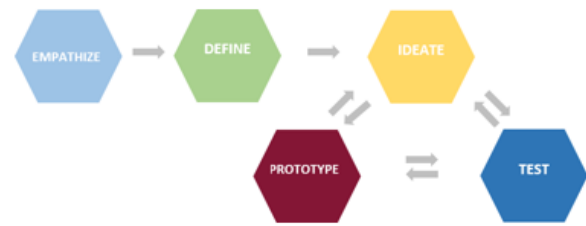
Terdapat beberapa tahapan dari *Design Thinking* seperti yang dikemukakan oleh (Brown, 2008). Proses dengan metode *design thinking* akan menghasilkan produk yang tidak hanya dapat dijual atau menggunakan teknologi yang paling canggih. Metode ini mengkombinasikan antara kebutuhan pengguna atau konsumen dengan rancangan desain yang terbaharukan desain yang modern. Dalam membuat sebuah produk dari Kemasan “Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami” dengan metode *design thinking*. Objek penelitian ini ialah desain kemasan Kemasan “Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami”. Visual yang ditampilkan pada produk kemasan tersebut tidak menunjang daya beli yang cukup tinggi dari produk tersebut. Maka perlu adanya redesain kemasan dari produk “Ikan kayu cap kapal”.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data akan dilakukan melalui dua metode yaitu *survey* dan wawancara. a). *Survey*, bertujuan untuk generalisasi atau membuat klaim-klaim tentang populasi itu, peneliti juga mengidentifikasi populasi dari beberapa sampel sehingga dapat dibuat kesimpulan/dugaan sementara karakteristik, perilaku, sikap dari populasi tersebut (Creswell, 2016). Jadi hal ini bertujuan untuk mendata segmentasi baru dalam hal ini adalah konsumen dari luar (wisatawan asing) yang berkunjung di Indonesia, dan b). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur yang memungkinkan terjadinya eksplorasi pertanyaan saat dilangsungkannya wawancara pada narasumber.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *design thinking* yang dicetuskan oleh Brown (2008) melalui beberapa tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan Tes.



Gambar 1. Tahapan Proses Perancangan Kemasan UD Tuna yang Disesuaikan dari *Teori Design Thinking Brown*

Beberapa tahapan berikut secara berulang sebanyak yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang sesuai: a). *Emphatize*, pada tahapan *emphatize* ini, untuk memecahkan masalah dalam kasus “Redesain dan Reposisi Desain Kemasan “Ikan Kayu Cap Kapal Tsunami” ini perlu adanya suatu pendekatan untuk mengumpulkan data-data tentang keinginan dari konsumen itu sendiri. Untuk memperoleh data perlu adanya wawancara secara langsung, b). *Define*, setelah data yang diperoleh dari tahapan sebelumnya, selanjutnya masuk kepadatahapan analisis dan sintesis, dimana tahapan ini bertujuan mengidentifikasimasalah yang ditemukan. Sehingga ini akan membantu dalam pemecahan masalahnya yaitu melalui *Reposisi dan redesain*, c). *Ideate*, tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan berbagai macam ide, ide akan ditampung sebanyak mungkin untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Selanjutnya perlu ada pengujian ide-ide untuk menemukan cara terbaik untuk memecahkan masalah atau mengkaji seperti apa gambaran bentuk kemasan yang direncanakan, apa bahan yang digunakan, mempertimbangkan ketahanan, agar produk tersebut tetap terjaga dengan bentuk kemasan baru yang dirancang, d). *Prototype*, pada tahapan ini sebelum desain kemasan yang akan dicetak dalam jumlah yang banyak, maka perlu adanya sebuah prototype atau pruarupa untuk melihat kelayakan hasil desain. Pada tahapan ini terdapat batasan dalam pengujian dimanahal ini berfokus kepada Analisa dari kesesuaian hasil yang diperoleh dan dengan yang direncanakan. Prototype ini dapat diuji dalam tim sendiri, atau ke beberapa orang lain, e). *Test*, pada tahapan ini merupakan proses dari penyempurnaan melalui berbagai koresponden ataupun masyarakat atau konsumen secara langsung, dapat dikatakan ini merupakan tahap uji coba kelayakan ini secara keseluruhan baik darisegi bentuk visual kemasannya, kesederhanaan, ketahanan, fungsi, kemudahan, kebermanfaatan dari kemasan yang dibuat. Data evaluasi ini nanti akan diperoleh saat secara langsung maupun tidak langsung dari konsumen yang bertransaksi di usahanya Ibu Fauziah.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

1). Karakteristik Produk

Produk yang diproduksi oleh UD Tuna secara keseluruhan bahan utamanya berasal dari hasil laut antara lain Ikan Tuna yang diolah dengan cara dipotong dan dikeringkan sehingga masyarakat sekitar menyebutnya ikan kayu. Ikan kayu tersebut perlu diolah atau dimasak lagi agar dapat dikonsumsi. Melihat peluang bahwa masyarakat Aceh khususnya selalu membawa perbekalan makanan selama melakukan ibadah haji, maka ikan kayu tersebut dimasak menjadi makanan khas Aceh yaitu *Keumamah* yang tahan sampai dengan 3 bulan dengan menggunakan kemasan botol plastik. Beberapa produk dari UD Tuna secara keseluruhan beserta karakteristiknya akan dijabarkan berikut ini: a). Ikan kayu berasal dari Ikan Tuna yang dikeringkan secara alami dengan cara dijemur di bawah sinar matahari. Ketahanan dari ikan kayu ini bisa mencapai satu tahun jika disimpan dengan baik. Peminat dari ikan kayu ini umumnya masyarakat yang ada di Pulau Sumatera, b). *Keumamah* merupakan masakan khas Aceh yang terbuat dari ikan Kayu dan diberikan bumbu-bumbu alami yang dimasak dalam waktu yang lama sehingga jika disimpan dengan baik dapat bertahan hingga satu tahun. Konsumen atau peminat dari masakan *keumamah* ini mayoritas adalah orang Aceh. Untuk Konsumen dari luar negeri yang beberapa kali melakukan pemesanan ke UD Tuna berasal dari Malaysia, c). Abon ikan merupakan inovasi produk dari UD Tuna yang berbahan dasar ikan tuna yang telah dimasak dan dibumbui. Abon ini merupakan jenis makanan kering yang dapat bertahan hingga 6 bulan.

2). Karakteristik Desain Kemasan Sebelum Redesain dan Reposisi

Berdasarkan tiga produk utama yaitu Ikan Kayu, *Keumamah* dan juga Abon Ikan tuna terdapat beberapa macam varian kemasan untuk tiap produknya. Desain layout dari ketiga produk ini menggunakan tone warna yang sama yaitu warna hangat utamanya merah dan kuning.

(1). Desain Kemasan Ikan Kayu

Ikan kayu ditempatkan pada dua jenis kemasan yaitu kemasan 250 gram dan kemasan 150 gram. Kedua kemasan ini terbuat dari kertas duplex. Desain dari kedua kemasan ini mempunyai karakteristik yang sama dari segi penggunaan ilustrasi, tipografi, tata letak dan informasi produk pada kemasan. Ilustrasi pada kemasan ini berupa foto dari kapal yang terdampar di atas rumah akibat kejadian Tsunami 2004 lalu. Rumah produksi serta *outlet* UD Tuna terletak di depan kapal

yang terdampak tersebut. Selain itu terdapat foto dari ikan tuna yang masih belum dimasak. Tipografi yang terdapat pada kemasan ini terdiri atas 5 jenis font dengan dua jenis keluarga font yaitu Serif dan Sans Serif. Warna font memiliki keberagaman yaitu putih, hitam, kuning dan hijau. Background yang digunakan pada kemasan lama didominasi oleh warna hangat utamanya merah dan kuning.



Gambar 1. Kemasan Produk Ikan Kayu

(2). Desain Kemasan *Keumamah*

Desain kemasan untuk produk *Keumamah* mempunyai bentuk yang berbeda dengan Ikan kayu. Bahan dasar dari desain kemasan ini adalah *jar* (botol). Label kemasan berbahan dasar kertas stiker dengan desain ilustrasi berupa foto dari ikan tuna segar dan juga kapal laut. Tipografi terdiri atas tiga jenis font dan dua keluarga font yaitu serif serta sans serif. Warna font adalah biru, hitam, putih dan kuning.





Gambar 2. Kemasan Produk Keumamah

(3). Desain Kemasan Abon Ikan

Abon ikan dikemas pada botol yang ukurannya lebih besar daripada kemasan untuk Keumamah. Label yang digunakan pada prinsipnya sama dengan yang diaplikasikan pada botol keumamah yaitu berbahan dasar kertas stiker. Tipografi terdiri atas tiga jenis font dan dua keluarga font yaitu serif serta sans serif. Warna font adalah biru, hitam, putih dan kuning.



Gambar 3. Kemasan Produk Abon Ikan

2. Pembahasan

Proses kreatif redesain dan reposisi kemasan produk dari UD Tuna mengacu pada proses *design thinking* dengan sedikit modifikasi sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Pada perancangan redesain dan reposisi kemasan produk dari UD Tuna terdapat 8 tahapan yaitu Penentuan Masalah, Observasi, *Brainstorming*, menggambar sketsa dasar atau ilustrasi, menentukan pola kemasan (pola *packaging*), melakukan digitalisasi ilustrasi terhadap pola yang telah dirancang (digital *packaging*), merancang *mock up* kemasan (*mock up packaging*) dan mencetak *prototype*.

Masalah menurut Moenandir (2011) ^[3] adalah pertanyaan yang harus dijawab dengan sebuah keputusan yang masuk akal atau logic serta dapat diteliti. Penentuan masalah yang tepat merupakan hal awal yang perlu dilakukan sebelum melakukan proses desain selanjutnya. Agar masalah dapat terpecahkan melalui solusi kreatif maka Lawson (2007) ^[4] mengilustrasikan bahwa masalah desain dapat diorganisasikan secara hierarkis agar mendapatkan pola atau pemetaan masalah. Masalah dari hasil analisis desain kemasan produk UD Tuna adalah persoalan visual. Persoalan visual ini terdapat pada ilustrasi berupa foto kapal yang terdampar di atas rumah karena kejadian Tsunami pada tahun 2004. Foto ini mempunyai nilai filosofis dan sejarah, namun jika diletakkan di dalam kemasan makanan belum memenuhi standar estetis karena tidak adanya unsur kesatuan dan harmonis pada kemasan tersebut. Selain itu, secara keseluruhan desain yang digunakan oleh UD Tuna tidak terdapat prinsip desain yaitu kesatuan, keseimbangan, irama, penekanan, proporsi dan keselarasan.

Observasi berdasarkan Achmadi (1997) ^[5] adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Pada penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah observasi material desain kemasan, observasi UD Tuna dan observasi desain layout kemasan. Dari hasil observasi didapatkan hasil sebagai berikut:

Material kemasan yang digunakan untuk ikan kayu terbuat dari kertas Duplex dengan ketebalan 120 gram. Sedangkan Material untuk abon dan juga keumamah terbuat dari kemasan jadi berupa botol dengan dua ukuran yang berbeda.

Desain *layout* kemasan terdiri atas dua warna primer yaitu warna hangat merah dan kuning. Ilustrasi yang terdapat pada kemasan berupa foto yang berasal dari



foto daerah UD tersebut berdiri. Foto tersebut menggambarkan sebuah kapal yang terdampar di atas sebuah rumah karena bencana Tsunami di tahun 2004. Saat ini lokasi tersebut terkenal dengan sebutan kapal Apung. Lokasi tersebut juga menjadi salah satu destinasi wisata yang ada di wilayah kota Banda Aceh.

UD Tuna yang dikelola oleh Ibu Fauziah berlokasi di Kota Banda Aceh di Jalan Kenari, Lampulo Kecamatan Kuta Alam. Terdapat dua tempat di lokasi tersebut, salah satunya merupakan tempat produksi dan salah satu lainnya yang juga berdekatan merupakan *outlet* untuk menjual produk UD Tuna dan produk oleh-oleh lainnya. *Outlet* UD Tuna terletak tepat di depan bangunan yang di atasnya terdapat kapal terdampar akibat Tsunami. Bangunan dan kapal inilah yang menjadi ilustrasi pada setiap kemasan produk UD Tuna.

Braintorming Penerapan *brainstorming* pada perancangan ini adalah eksplorasi ide untuk konsep visual dan konsep cetak dalam bentuk *prototype* bagi ketiga kemasan produk UD Tuna. Proses *brainstorming* ini melibatkan Ibu Fauziah sebagai pemilik usaha. Hal ini dikarenakan ibu Fauziah memahami dengan baik segmentasi pasar UD Tuna serta lebih memahami visi dan misi dari UD Tuna ke depannya. Hasil dari diskusi *brainstorming* divisualkan melalui sketsa kasar di bawah ini.

Sketsa untuk desain kemasan UD Tuna divisualkan sesuai dengan hasil dari *brainstorming* yaitu menggunakan petanda yang sama berupa kapal yang terdampar di atas rumah. Namun ilustrasi tersebut lebih bergaya pop surealis karena ilustrasi yang dibuat dieksplorasi lagi unsur-unsur visualnya untuk menghasilkan bentuk yang lebih sederhana dan menarik. Merujuk pada visual desain kemasan yang sebelumnya terdapat visual ikan tuna segar, sehingga pada ilustrasi kemasan baru ikan tuna digambarkan di atas kapal untuk mendapatkan unsur kesatuan.



Gambar 4. Sketsa Ilustrasi Desain Kemasan Produk UD Tuna.

Pembuatan pola kemasan disesuaikan dengan konsep bentuk desain kemasan. Produk ikan kayu dan juga abon menggunakan ukuran dan pola yang hampir sama dengan kemasan sebelumnya. Sedangkan untuk kemasan yang lainnya menggunakan kemasan *pet can* atau kemasan kaleng. Sehingga dari segi ukuran dan pola desain kemasannya sedikit berbeda dengan kemasan lama.

Digitalisasi *packaging* merupakan proses menggabungkan pola kemasan dan sketsa yang awalnya digambar secara manual menggunakan pensil dan kertas diubah menjadi bentuk digital menggunakan software *Adobe Illustrator* (AI). Pada proses digitalisasi ini waktu yang diperlukan lebih lama daripada proses lainnya, karena pada proses ini merupakan proses inti dari perancangan desain kemasan untuk UD Tuna. Pertimbangan ketika melakukan digitalisasi berpedoman kepada enam prinsip desain yaitu kesatuan, keseimbangan, irama, penekanan, proporsi dan keselarasan.

Mockup packaging merupakan tampilan 3D desain setiap kemasan mulai dari kemasan kardus, ikan kayu, keumamah dan juga abon. Tujuan dibuatnya *mock up* adalah untuk mendapatkan visual nyata dari pengaplikasian desain pada kemasan. Selain itu dapat dijadikan *pilot design* saat melakukan cetak *prototype* atau kemasan.





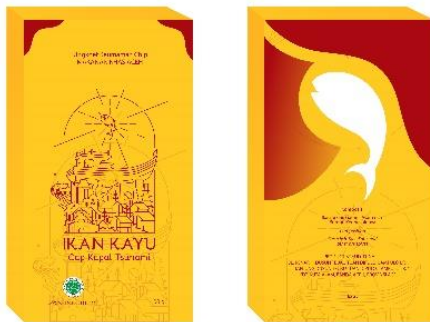
KAN KAYU
Mockup Kemasan Sekunder Kotak Kardus

Gambar 5. Hasil Desain Untuk Kemasan Kardus UD Tuna



KAN KAYU
Mockup Kemasan Sekunder Kotak Kardus Besar

Gambar 8. Kemasan Sekunder Kotak Kardus Besar



Tampak Depan

Tampak Belakang

KAN KAYU
Mockup Kemasan Primer Kotak 100 gr

Gambar 6. Mock Up Kemasan Primer Kotak 100 gr Ikan Kayu



KAN KAYU
Mockup Kemasan Botle

Gambar 9. Mock Up Kemasan Botol UD Tuna

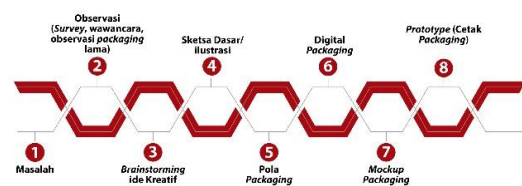


Tampak Depan

Tampak Belakang

KAN KAYU
Mockup Kemasan Primer Kotak 250 gr

Gambar 7. Hasil Redesain Kemasan Primer 250 gr



Gambar 10. Alur Tahapan Proses Desain Kemasan Produk UD Tuna

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Alur tahapan proses redesain kemasan produk UD Tuna yang telah diadopsi dari *design thinking* dengan beberapa penyesuaian terdiri atas penentuan masalah, observasi, *brainstorming* ide kreatif, sketsa dasar, pola *packaging*, digital *packaging*, *mockup packaging* dan *prototype* (cetak *prototype*). Perbedaan antara desain



kemasan lama dengan yang baru terdapat pada ilustrasi, *layout design*, unsur desain dan juga perbedaan bahan cetak kemasan. Sedangkan *tone* warna dipertahankan dari *tone* warna desain kemasan sebelumnya yang dominan warna hangat yaitu kuning dan merah.

2.Saran

Melalui serangkaian proses perancangan ini, tentu masih memerlukan penyempurnaan sehingga akan mencapai kematangan baik secara hasil desain maupun teori, oleh sebab itu beberapa saran bagi peneliti maupun perancang yang akan mengembangkan suatu desain kemasan atau melakukan *redesign* dengan objek yang sama maupun berbeda, perlu dilakukan proses *testing* terhadap kemasan yang di *redesign*. *Testing* bisa berupa ketahanan, ergonomic maupun *testing* angket terhadap pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH/ PENGHARGAAN

Terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi, Badan Riset dan Inovasi Nasional (RistekBrin) atas dukungan penuh terhadap topik Penelitian ini. Serta kepada LPPMPMP ISBI Aceh yang memberi dukungan serta membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Brown, Tim. (2008). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Collins.
- Creswell, JW. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Donida, D. A. H., Prastawa, H., & Mahachandra, M. (2019). Perancangan Desain Kemasan Produk Carica dengan Konsep Kansei Engineering dan Model Kano. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(2).
- Julianti, Sri. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pulungan, M. H., Hastari, L. D., & Dewi, I. A. (2019). Perbaikan desain kemasan produk biskuit brownies menggunakan metode quality function deployment (QFD). *Teknotan: Jurnal Industri Teknologi Pertanian*, 13(2), 39-46.
- Saldana, J. (2011). *Understanding Qualitative Research. Fundamentals Of Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Soedarso. (2006). *Trilogi Seni Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*. Yogyakarta: Balai Penerbit ISI Yogyakarta.
- Widjaya, D. O., Yuwono, E. C., & Mardiono, B. (2016). Perancangan Redesain Kemasan Makanan Ringan Roti Kecil Merk Ganep's

