

PERANCANGAN DESAIN SURFACE KEMASAN SEKUNDER SACHET BIR PLETOK UNTUK SB SETU BABAKAN

Yuli Nur Hakim¹, Rachmadita Dwi Pramesti², Cecep Gunawan³

Program Studi Desain Grafis, Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta,
Jalan Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16424
nurhakimyuli@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan minuman tradisional daerah menjadi salah satu asset yang cukup berharga dalam melestarikan kebudayaan daerahnya. Banyak pelaku bisnis UMKM yang mengembangkan produk minuman tradisional menjadi beberapa jenis produk yang berbeda contohnya berbentuk cair dalam kemasan siap minum dan bubuk atau bentuk lainnya yang belum siap minum. Endang Suratman sebagai pelaku UMKM minuman tradisional Bir Pletok SB Setu Babakan saat ini juga sedang berencana ingin mengembangkan produk turunan terbarunya yaitu Bir Pletok SB kemasan sachet. Selain mengembangkan bisnisnya, beliau juga ingin turut andil melestarikan kebudayaan Betawi kepada anak muda. Oleh karena itu target market dari produk ini yaitu untuk menarik anak muda agar tertarik dengan minuman khas daerah khususnya daerah Jabodetabek. Untuk itu Bir Pletok SB membutuhkan perancangan kemasan sekunder *sachet* tersebut. Melalui desain ini diharapkan kemasan yang modern dan kekinian sehingga mampu menarik perhatian target market. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Dari penelitian ini dihasilkan bahwa desain *surface* kemasan dibuat dengan gaya desain *new 90's* dengan ilustrasi *flat design* yang memberikan kesan lama tapi modern. Penggunaan jenis tipografi *sans serif* dan *script* dengan eksplorasi *font* menjadikan kemasan terkesan lebih modern dan kekinian. Selain itu warna dan ilustrasi yang digunakan diambil dari *icon* Budaya Betawi. Secara garis besar desain kemasan akan menjadi desain yang menarik mempunyai kesan modern, kekinian dan tetap mempertahankan ciri khas Betawi.

Kata kunci: desain kemasan, kemasan sekunder, bir pletok

ABSTRACT

The development of traditional drinks is one of the most valuable assets in preserving the local culture. Many business player of MSME develop traditional drink into several different type of product, for example ready to drink packaging and powder or other forms. Endang Suratman as a businessman of MSME focus on traditional drink Bir Pletok SB Setu Babakan is currently planning to develop new variant product Bir Pletok SB in sachet packaging. In addition to developing his business, he also wants to contribute to preserving Betawi culture for young people. Therefore, the target market of this product to attract young people to be interested in traditional drinks, especially who live in Jabodetabek area. For this reasons Bir Pletok SB requires to design secondary packaging of the sachet. Through this design, it is hoped that modern and contemporary packaging will be able to attract attention of target market. For this research, it is produces that the surface packaging design is made the new 90's design style with flat design illustrations that give a retro impression but still look modern. The design use sans serif typeface and scripts with font exploration makes the packaging surface design seem modern and contemporary. In addition, the color an illustration used are taken from iconic Betawi culture. The contents are packaging design will be an attractive design that has a modern, contemporary impression and still maintains the characteristic of Betawi culture.

Key word: packaging design, secondary packaging, bir pletok

PENDAHULUAN

Minuman tradisional merupakan minuman yang diracik menggunakan bahan-bahan rempah alami yang diolah dengan metode tertentu. Minuman ini sudah ada sejak jaman dahulu dan diwariskan turun temurun oleh nenek moyang. Betawi merupakan salah satu suku yang ada di Indonesia. Kata “Betawi” dahulu diambil dari sebutan kota Jakarta pada saat pendudukan Belanda yaitu Batavia. [1] Betawi juga memiliki minuman tradisional yang khas yaitu Bir Pletok.

Endang Suratman selaku pebisnis bir pletok saat ini sudah mengembangkan beberapa varian produk dari bir pletok miliknya seperti bir pletok kemasan botol dan kemasan pouch berupa serbuk. Produknya disebut dengan Bir Pletok “SB” Setu Babakan. Pandemi Covid-19 sangat berdampak keseluruh aspek salah satunya ekonomi. Perkembangan ekonomi nasional menurun drastis begitu pula penjualan Bir Pletok “SB” mengalami penurunan jumlah penjualan. Namun, menurut data dari Tenpo.co area kawasan Setu Babakan mengalami peningkatan kenaikan jumlah pengunjung sejak diberlakukannya PSBB transisi. Hingga libur Lebaran Idul Fitri tahun 2022 pengunjung harian masih menyentuh diangka 1000 orang lebih [2]. Mulyawati telah melakukan wawancara terhadap 100 pengunjung di Setu Babakan yang hasilnya yaitu jumlah presentase umur pengunjung antara 17-24 tahun sebesar 35% paling banyak diantara yang lain. Umur dibawah 17 tahun 10%, umur 25-30 tahun sebesar 25%, presentase umur 30-40 tahun sebesar 15% sementara umur lebih dari 40 tahun sebesar 15%. [3]

Salah satu penjualan Bir Pletok “SB” yaitu mereka memasarkan produknya di kawasan Wisata Setu Babakan. Berdasarkan data tersebut pasar untuk anak-anak muda masih sangat menjanjikan. Sang owner merasa market tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan Bir Pletok “SB” Setu Babakan pasca pandemi. Selain itu beliau juga sedang ingin mengembangkan produk turunan terbarunya yaitu Bir Pletok SB kemasan sachet.

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan di atas, tujuan penelitian ini yaitu untuk merancang desain kemasan yang sesuai dengan *target market* baru yaitu anak muda dengan mempertahankan identitas kebudayaan Betawi. Manfaat untuk klien yaitu desain akhir dapat digunakan sebagai kemasan produk terbarunya. Sedangkan manfaat untuk konsumen yaitu dapat memudahkan dalam membawa, menyimpan, dan mengidentifikasi produk minuman khas Betawi. Manfaat lain bagi pengembang ilmu pengetahuan yaitu sebagai rujukan untuk penelitian berikutnya serta sebagai referensi pada bidang studi desain grafis mengenai perancangan serupa. Teori yang digunakan seperti teori kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk [4]. Teori layout kemasan yaitu terdapat empat prinsip yang sering digunakan dalam proses perancangan desain kemasan yaitu, keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasize*), irama (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*). Teori tipografi yaitu huruf dapat dibedakan menjadi lima yaitu *serif*, *sans serif*, *script*, *black letter* dan *miscellaneous*. Teori ilustrasi atau *image* pada desain grafis kemasan dapat berupa foto dan ilustrasi yang dibuat secara manual maupun digital. Struktur kemasan harus memiliki aspek *standability*, ergonomi dan ekonomi [5]. Teori brand atau merek merupakan suatu entitas kompleks yang digunakan sebagai juru bicara suatu perusahaan yang diakui oleh

publik [6]. Teori warna khususnya etnis betawi sering menggunakan warna cerah yaitu seperti warna hijau dan kuning. [7]

METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan studi literatur. Untuk menunjang data agar lebih akurat dan menghindari dari kesalahan dalam perancangan kemasan maka diperlukan data primer dan sekunder.

Data primer berupa hasil wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik Bir Pletok SB untuk menggali informasi mengenai *product knowledge*, profil perusahaan dan mandatori elemen. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan desain kemasan sebelumnya dan pengamatan *competitor* melalui *social media*.

Data sekunder berupa studi literatur untuk mendukung data primer berupa teori-teori yang digunakan dalam perancangan desain kemasan Bir Pletok SB. Buku, artikel ilmiah dan dokumen lainnya merupakan studi literatur yang telah didapatkan.



Bagan 1. Flowchart Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Klien

Bir Pletok “SB” Setu Babakan merupakan produk dari Kreasi Rempah Nusantara yang produk utamanya merupakan bir pletok. Endang Suratman saat ini menjadi pemilik usaha bir pletok tersebut. Bang Uu sapaan dari Endang Suratman sebenarnya melanjutkan perjuangan sang kakak dalam mengembangkan produk bir pletok ini yang sempat vakum sebelumnya. Saat ini Bir Pletok “SB” Setu Babakan memiliki beberapa produk turunan dengan produk utamanya bir pletok kemasan botol. Misi dari Bang Uu selain melanjutkan usaha keluarga namun juga beliau sadar bahwa semakin sedikit anak muda yang mengerti budaya Betawi. Oleh karena itu beliau ingin melestarikan salah satu warisan budaya Betawi yaitu dengan Bir Pletok “SB” Setu Babakan. Juga ingin menyasar pasar baru yaitu anak muda. Bir Pletok “SB” memiliki tagline “*Healthy drink with local pride*”.

Product Knowledge

Bir Pletok “SB” Setu Babakan memiliki produk utama yaitu bir pletok cair kemasan botol dan produk turunannya bir pletok serbuk kemasan *pouch*. Bir pletok varian kemasan botol memiliki beberapa ukuran dengan harga yang berbeda. Kemasan botol 150ml seharga Rp8.000,00. Kemasan botol 300ml seharga Rp15.000,00 dan kemasan botol 500ml seharga Rp25.000,00. Sedangkan

untuk kemasan pouch 120gr dibandrol dengan harga Rp25.000,00. Saat ini Bir Pletok “SB” Setu Babakan sedang ingin mengembangkan produk turunan baru yaitu bir pletok kemasan *sachet*.

Consumer Insight

Data consumer insight diperoleh dari hasil kuisioner yang disebar kepada rata-rata anak muda usia 17-25 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, karyawan dan wiraswasta dengan status ekonomi sosial menengah. Kebanyakan dari mereka berdomisili di Jabodetabek. Rata-rata mereka mengetahui minuman bir pletok. Jika membeli produk bir pletok, mereka akan memilih kemasan botol dibanding dengan yang lain. Menurut mereka kemasan yang baik yaitu mudah dibawa, dibuka, melindungi produk dan informatif. Banyak yang tidak mengetahui Bir Pletok SB. Rata-rata mereka akan tertarik membeli bir pletok jika kemasan dibuat menarik namun masih memiliki identitas Budaya Betawi.

Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis Matrix SWOT

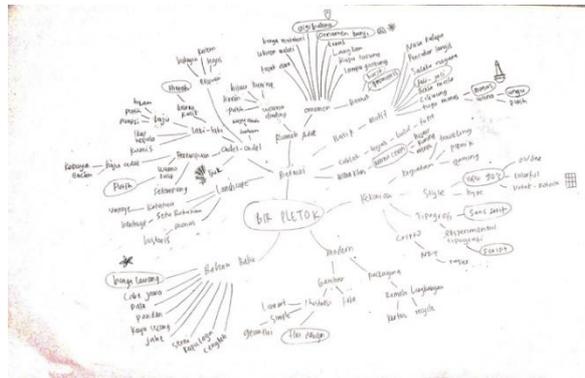
	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kemasan dengan visual budaya Betawi namun terkesan kekinian dan modern. 2. Membuat sebuah kemasan yang dapat melindungi produk didalamnya, dibuka dan dibawa kemana-mana. 3. Membuat sebuah kemasan dengan menampilkan keunggulan produk serta informatif mudah untuk dipahami. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain kemasan sesuai dengan target pasar anak muda sebagai segmentasi pasar baru saat ini. 2. Membuat desain kemasan memiliki ciri khas dan beda dari kompetitor sehingga konsumen dapat mudah mengenali produk.
<i>Threat</i> (Ancaman)	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eksplorasi gaya ilustrasi sehingga berbeda dengan desain kemasan kompetitor. 2. Untuk menarik pembeli dibuat desain kemasan yang menarik baik dari warna yang digunakan maupun ilustrasinya. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan elemen yang berkaitan dengan kebudayaan Betawi distilasi namun tidak melebih-lebihkan dan masih dapat dipahami.

Proses Desain Analisis STP

Segmentasi pasar untuk anak muda remaja usia 17-25 tahun dengan pekerjaan mahasiswa, karyawan dan pengusaha dan lain-lain. Status ekonomi sosial menengah atau B yang berdomisili di Jabodetabek. Menyukai aktivitas *traveling* dan tertarik dengan budaya. Positioning dari Bir Pletok SB adalah sebagai minuman tradisional yang menyehatkan khas Budaya Betawi serta harganya yang terjangkau.

Mindmap

Proses desain kemasan diawali dengan tahap kreatif atau *creation*. Tahap ini dimulai dari pembuatan mindmap. Dengan mindmap dipilih key word yang nantinya akan dijadikan sebagai key visual yang terdiri dari warna hijau, kuning, merah, krem, dan ungu. Gaya desain yang dipilih menggunakan *flat design* new 90's. Tipografi untuk memunculkan kesan modern dan kekinian menggunakan tipografi jenis sans serif dan script. Objek-objek yang ada pada key nantinya akan disusun gambarnya menjadi sebuah moodboard.

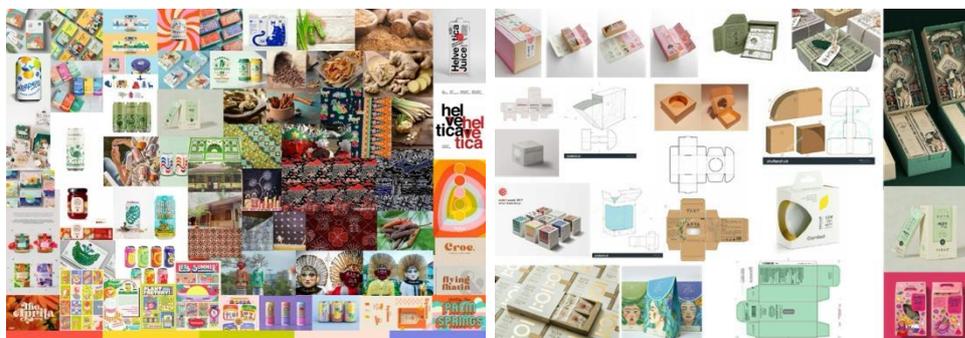


Gambar 1. Mindmap

Moodboard

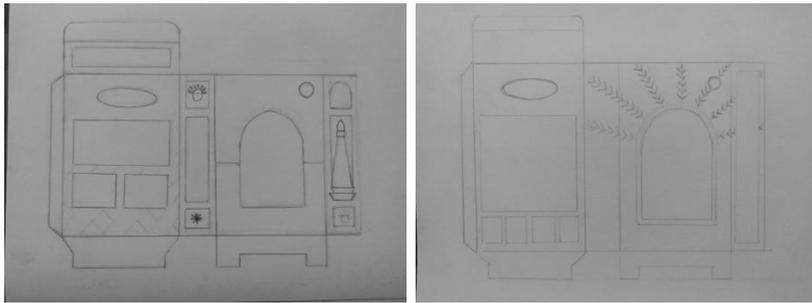
Terdapat dua *moodboard* yaitu *moodboard* visual dan *moodboard* khusus untuk struktur kemasan. Moodboard visual terdiri dari gambar-gambar berdasarkan key visual yang ada di mindmap. Sedangkan moodboard khusus struktur berisikan gambar-gambar struktur kemasan yang menginspirasi.

Sketsa kasar



Gambar 2. Moodboard Visual (kiri) dan Moodboard Struktur Kemasan (kanan)

Sketsa kasar terdiri dari sketsa kasar struktur kemasan dan sketsa kasar desain

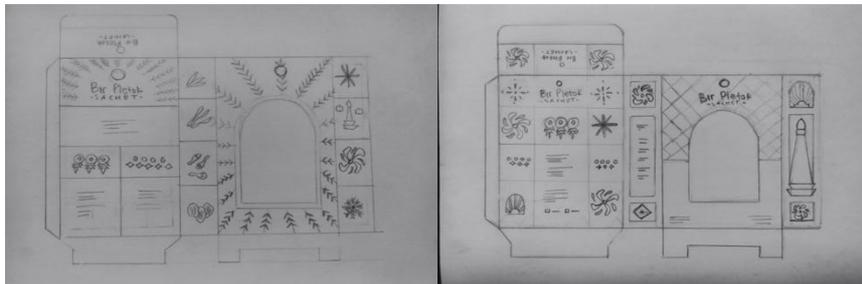


Gambar 3. Sketsa Kasar Alternatif 1 dan Alternatif 2

surface. Dibuat tujuh sketsa kasar struktur kemasan kemudian dipilih empat yang nantinya akan diseleksi lagi menjadi satu yaitu sketsa kasar struktur kemasan terpilih. Sketsa kasar terpilih lebih mudah dibuka dan juga lebih optimal jika dicetak pada kertas A3 dan masih terdapat sentuhan Betawi. Kedua sketsa kasar desain *surface* dibuat empat buah yang kemudian akan dibuat sketsa halus nya.

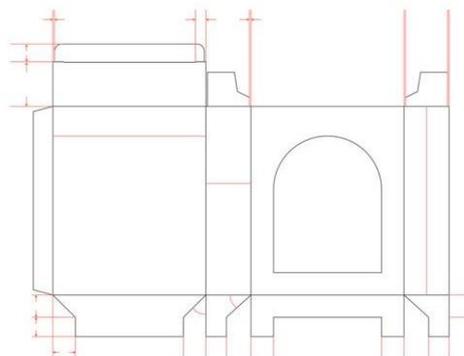
Sketsa Halus *Surface*

Setelah sketsa kasar desain *surface* jadi selanjutnya membuat sketsa halus. Sketsa ini terdiri dari empat desain yang berbeda beda. Terpilihlah sketsa halus alternatif pertama dan kedua karena lebih sesuai dengan gaya *desain new 90's* dengan ada sedikit perbaikan.



Gambar 4. Sketsa Halus Alternatif 1 dan Alternatif 2

Technical Drawing



Gambar 5. *Technical Drawing*

Sketsa digital untuk struktur kemasan adalah *technical drawing* yang sudah memiliki ukuran. Sedangkan sketsa digital desain *surface* masih dibuat dua

alternatif. Sampai akhirnya dipilih desain alternatif pertama yang terpilih dengan adanya sedikit perbaikan. Desain alternatif pertama dipilih karena lebih modern dan kesan *new 90's* lebih terlihat.

Testing dan Evaluasi

Setelah melakukan *testing* ternyata terdapat ukuran yang kurang sesuai. Contohnya pada *tuck* yang kurang sesuai sehingga tidak bisa mengunci dengan sempurna. Selain itu ukuran tinggi kemasan sekunder masih sama seperti tinggi kemasan primer sehingga *tuck* sedikit cembung. Oleh karena itu dilakukan evaluasi ukuran pada kuncian *tuck* dan tinggi kemasan yang kemudian diuji kembali sampai dengan lima kali proses pengujian. Setelah dirasa ukuran sudah sesuai maka desain tersebut sudah dapat masuk tahap selanjutnya yaitu membuat *final artwork*.

FAW

Setelah melakukan *testing* dan evaluasi struktur kemasan ada sedikit perubahan ukuran pada bagian *tuck* yang kurang masuk kedalam sehingga kuncian kurang sempurna. Kemudian pada flap bawah bagian *side panel* ukurannya diubah sedikit lebih kecil agar kuncian dapat masuk dan mengunci dengan baik. Pemilihan warna primer yaitu warna hijau dan kuning sesuai dengan warna umum yang digunakan dalam rumah adat. Kemudian warna krem biasa dijumpai pada rumah adat namun biasanya sebagai pengganti warna kuning. Warna ungu diambil dari batik motif tugu monas, warna ungu juga dapat diartikan sebagai penyembuhan sesuai dengan Bir Pletok SB yang memiliki banyak khasiat. Warna ini diorientasikan dengan anak muda. Tipografi untuk menimbulkan kesan yang modern dan kekinian menggunakan tipografi jenis sans serif dan script dengan font yang dimodifikasi. Sedangkan ilustrasi yang digunakan *flat design new 90's* selain modern juga terlihat kekinian sesuai dengan target market baru. Unsur budaya Betawi juga dimasukkan pada ilustrasi seperti ondel-ondel, batik, bagian rumah adat Betawi dan *icon* tugu monas.



Gambar 6. *Final Artwork*

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang didapat yaitu pembuatan desain *surface* kemasan sekunder *sachet* Bir Pletok SB sudah sesuai dengan target baru mereka yaitu anak muda usia 18-25 tahun dengan pemilihan warna, tipografi dan ilustrasi yang masih mempertahankan kebudayaan Betawi. Selain itu juga menggunakan gaya desain yang modern dan kekinian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irwan, (2020). *Identifikasi Potensi Kampung Budaya Betawi Setu Babakan Sebagai Destinasi Wisata Pendidikan Yang Berkelanjutan*. AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Budaya
- [2] Bestari, Fardi., 2022. *Setu Babakan Ramai di Hari Terakhir Libur Lebaran*. [online] foto.tempo.co. Available at: <https://foto.tempo.co/read/97202/setu-babakan-ramai-di-hari-terakhir-libur-lebaran> [Accessed 2 Agustus 2022]
- [3] Prinajati, Poernomosutji Dyah & Mulyawati, Ira., (2017). *Pengelolaan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan Sebagai Strategi Daya Dukung Lingkungan*. Digital Repository Universitas Sahid.
- [4] Julianti, Sri. (2018). *The Art Of Packaging*. (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [5] Wahyudi, N & Satriyono, S., 2017. *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- [6] Sudarso, Andriasan., dkk. 2020. *Manajemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- [7] Bachtiar, Firmansyah., 2018. *Karakteristik Arsitektur Di Wilayah Budaya Betawi Ora : Studi Kasus Rumah Tradisional Di Kabupaten Bekasi*. JURNAL ILMIAH PENELITIAN MarKa.