

## PERANCANGAN BUKU DESAIN KEMASAN "BASIC OF PACKAGING"

Yana Erlyana<sup>1</sup>, Ressiani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia  
yerlyana@bundamulia.ac.id<sup>1</sup>, ressianisantosa1996@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Perkembangan industri yang semakin pesat membuat para produsen produk mencoba mencari strategi yang tepat dalam menghadapi pesaingnya. Salah satu strategi yang tepat adalah dengan pemanfaatan desain kemasan, dimana desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang berkaitan dengan bentuk, struktur, material, warna, dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar dapat dipasarkan. Hanya saja saat ini banyak kendala dalam pemanfaatannya, salah satunya adalah ketidaktahuan calon pengguna mengenai desain kemasan. Sehingga perlu adanya sebuah media informasi mengenai desain kemasan itu sendiri. Selain permasalahan yang disebutkan, perancangan sebuah buku kemasan memiliki peluang yang cukup baik. Hal ini terlihat dari pertumbuhan program studi Desain Komunikasi Visual di Indonesia yang cukup baik, sehingga mendorong adanya kebutuhan buku informasi kemasan untuk meningkatkan keilmuan dalam desain kemasan. Metode dalam penelitian perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menggambarkan fakta secara sistematis sifat dari suatu objek, dengan desain penelitian tindakan peran serta (penelitian terapan) dengan partisipasi kontraktual. Prosedur penelitian dilakukan dengan mengumpulkan semua data obyek penelitian, yaitu sejarah dan pengenalan kemasan, prinsip kemasan, struktur, material dan *deline* hingga studi kasus yang dibahas secara langsung. Hasil dari penelitian perancangan ini sebuah buku kemasan dengan judul "*Basic of Packaging*" berisikan muatan visual mengenai kemasan dengan menggunakan contoh studi kasus yang diangkat dari kemasan produk lokal.

**Kata Kunci:** buku, desain kemasan, kemasan produk

### Abstract

*The rapid growth of the industry leads the manufacturers to investigate the right strategy in dealing with competitors. One of the appropriate approaches is packaging design, which deals with the shape, structure, material, color. Thus, it also contains product information to be marketed. However, the ignorance of prospective users regarding the packaging design becomes one of the problems in its application. Therefore, the media information about the packaging design is needed. Aside from the problem has mentioned above, the book of the packaging design becomes a great opportunity. It can be seen from the growth of the Visual Communication Design study program in Indonesia, which encourages the need for a book of packaging design to improve science in that field. Hence, a descriptive qualitative method is applied, which systematically describes the facts of the nature of an object, and it is part of action research with contractual participation. The research procedure carried out by collecting all the data of research objects, namely the history and introduction of packaging, packaging principles, structure, material, Deline, and case studies that discussed directly. The result of this research is a book of packaging that contains visual art with the title "Basic of Packaging" that uses a sample of case studies from local product packaging.*

**Keywords:** book, packaging design, product packaging

## 1. PENDAHULUAN

Usaha di zaman modern ini berkembang sangat pesat. Mulai dari bisnis kuliner, ritel, bisnis UMKM, bahkan bisnis-bisnis yang dikembangkan melalui daring. Saat ini toko modern, yang meliputi minimarket, supermarket, hipermarket, *department store* dan perkulakan, menurut data dari Badan Pusat Statistik berjumlah 1.131 unit dengan jumlah toko modern terbanyak dari Jawa Barat (232 unit), Jawa Tengah (161 unit), dan DKI Jakarta (52 unit) (Badan Pusat Statistik, 2018). Hal ini membuktikan bahwa jumlah barang yang dijual semakin banyak dan besar sehingga jumlah pasar turut meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, pola belanja lewat daring juga turut meningkat pesat. Menurut Yudisthira selaku ekonom dari *Institute for Development of Economic and Finance* (INDEF) yang dikutip via Media Indonesia (Rizky Noor Alam, 2018), nilai transaksi *e-commerce* Indonesia pada tahun 2018 akan menembus nilai Rp 100 triliun. Hal ini didukung dari data statistik Bank Indonesia pada tahun 2016 yang mencapai Rp 75 triliun. Tentunya hal ini menjadi suatu peluang besar bagi para pebisnis untuk memulai usaha.

Melihat pesatnya perkembangan usaha, diperlukan sebuah strategi untuk sebuah produk dapat bertahan dan menarik konsumen. Dalam membuat suatu produk terdapat beberapa elemen yang memengaruhi, salah satunya adalah desain kemasan (Klimchuk & Krasovec, 2012; Szaky, 2018; Wahyudi & Satriyono, 2017). Desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar dapat dipasarkan (DuPuis & Silva, 2011). Sehingga, desain kemasan berperan penting dalam produk sebagai wajah dari produk itu sendiri. Desain kemasan juga berfungsi sebagai "*silent salesman*" yang mampu meningkatkan nilai jual produk (Julianti, 2014). Hal ini dikarenakan kemasan menjadi hal pertama yang dilihat oleh konsumen sebelum memegang atau mengetahui isi produk tersebut (Erlyana, 2019). Oleh sebab itu, konsumen cenderung memerhatikan visual kemasan yang dirasa lebih menarik. Sehingga, perusahaan berlomba-lomba untuk menyajikan visual kemasan yang baik untuk produknya dan bersaing satu sama lain.

Industri kemasan di Indonesia sendiri terus berkembang berkat adanya pertumbuhan industri makanan dan minuman. Menurut data dari Kementerian Perdagangan pada tahun 2015 (Indonesia, 2016), tercatat industri kemasan mempunyai penjualan bersih sebesar Rp72 triliun atau naik 2% dibandingkan tahun 2014. Menurut data, pertumbuhan industri kemasan di Indonesia pada 2016 dapat bertumbuh sebesar 5,1% menjadi US\$ 9,6 miliar. Pertumbuhan ini didorong oleh populasi yang meningkat dan pengaruh dari arus urbanisasi. Produk makanan dan minuman sendiri ditaksir menyumbang sebesar 67% dari total nilai pasar industri kemasan di Indonesia (Indonesia, 2016).

Namun faktanya, desain kemasan menjadi salah satu hambatan utama dalam industri makanan olahan di Indonesia. Hambatan tersebut menjadi kendala tersendiri dalam mendorong pertumbuhan eksportnya. Hal ini didukung oleh Kemenperin.go.id (2016) yang menyebutkan bahwa kemasan dari produk-produk Indonesia masih kurang baik dan membuat produk Indonesia sulit untuk berkompetisi jika kemasan produk tidak

diperbaiki. Hambatan tersebut memicu masyarakat untuk mempelajari lebih dalam tentang desain kemasan. Berdasarkan buku Statistik Pendidikan Tinggi (2018), di Indonesia terdapat 68 Perguruan Tinggi baik negeri ataupun swasta, yang memiliki program studi Desain Komunikasi Visual. Hal ini mendorong kebutuhan buku tentang kemasan untuk dipelajari dalam meningkatkan keilmuan tentang desain kemasan dan juga sebagai referensi itu sendiri. Akan tetapi, buku lokal yang membahas tentang desain kemasan masih sulit ditemukan. Dengan demikian perancangan buku kemasan dalam penelitian ini akan menitikberatkan pada penggunaan contoh studi kasus dengan produk-produk yang dapat diperoleh dalam negeri. Dengan memposisikan buku sedemikian rupa, penelitian ini juga menganalisis pesaing buku lokal yang sudah muncul terlebih dahulu. Buku lokal lebih banyak membahas studi kasus kemasan produk luar negeri yang jarang ditemukan di Indonesia. Terlihat juga di pasaran, buku desain kemasan yang ditemukan saat ini cenderung merupakan buku *import*. Hal ini dikarenakan perkembangan desain kemasan di luar negeri lebih cepat sehingga bermunculan buku tentang kemasan dengan berbagai studi kasus.

Penelitian ini mengangkat tentang perancangan buku informasi yang banyak bermuatan visual mengenai kemasan dengan menggunakan contoh studi kasus yang diangkat dari kemasan produk. Pada perancangan buku informasi yang menarik dan memiliki nilai jual harus dilihat dari sisi calon pembaca buku. Dengan memadukan elemen-elemen visual yang sesuai dengan segmentasi untuk menarik minat dari target yang dituju (Erlyana, 2018a). Suatu informasi pada media statis seperti buku, lebih baik dikemas dengan sebaik mungkin, hal ini dimaksudkan agar para pembaca tertarik untuk membacanya (Permadi & Fauzi, 2011). Dalam perancangan sebuah buku informasi yang menarik dan memiliki nilai jual harus dilihat dari sisi calon pembaca buku (Erlyana, 2018b). Maka akan dilakukan beberapa proses kreatif dalam perancangan yang tepat sasaran sesuai dengan analisis-analisis yang digunakan. Serta memadukan elemen-elemen visual yang sesuai dengan segmentasi untuk menarik minat dari target yang dituju. Berdasarkan peninjauan literatur ilmiah yang telah dilakukan, dapat ditemukan beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai penelitian yang merancang sebuah buku informasi.

Dalam Permadi dan Fauzi (2011) dengan judul penelitian Perancangan Buku Warisan Wayang Kulit Indonesia mengatakan bahwa banyaknya budaya-budaya asing yang masuk ke Indonesia serta perkembangan teknologi, semakin membuat masyarakat melupakan budayanya sendiri. Selanjutnya juga menjelaskan bahwa suatu informasi pada media statis seperti buku, lebih baik dikemas dengan sebaik mungkin, hal ini dimaksudkan agar para pembaca tertarik untuk membacanya. Penelitian lain dari Silva & Borges (2016) dengan judul *Hybrid Publishing Design Methods for Technical Books*, dalam perancangan sebuah buku karakteristik fisik buku, teks, keterbacaan, dan kejelasan adalah aspek-aspek yang mempengaruhi fungsi komunikatif, tetapi pemaknaannya dan keefektifannya sangat tergantung pada masalah desain yang dibangun di atas tipografi, area teks, dan tata letak. Erlyana (2018b) dalam perancangan buku informasi tentang jamu sebagai bentuk pelestarian warisan budaya Indonesia, dalam merancang buku informasi ini diperlukan penelitian secara langsung untuk

melihat kondisi dari pemasalahan yang didapat. Pengumpulan informasi untuk isi buku pun harus dilakukan wawancara langsung dengan pihak terkait yang dapat dijadikan narasumber terpercaya serta memadukan data-data yang didapat secara studi kepustakaan untuk menegaskan keabsahan isi buku. Perancangan sebuah buku informasi yang menarik dan memiliki nilai jual harus dilihat dari sisi calon pembaca buku. Dengan memadukan elemen-elemen visual yang sesuai dengan segmentasi untuk menarik minat dari target yang dituju.

Melihat data-data di atas, maka penelitian ini akan mengangkat tentang perancangan sebuah buku mengenai kemasan dengan menggunakan contoh studi kasus yang diangkat dari kemasan produk lokal. Perancangan akan dimulai pra produksi yang berupa analisis untuk keperluan konten buku dan konsep perancangan, yang kemudian dilanjutkan pada tahap perancangan buku secara visual hingga pasca produksi dengan menghasilkan contoh buku secara fisik (*dummy*) untuk dapat ditawarkan kepada penerbit. Melalui perancangan ini dapat menjadi buku yang menambah keilmuan dan menjadi referensi bagi para desainer serta khalayak umum mengenai desain kemasan.

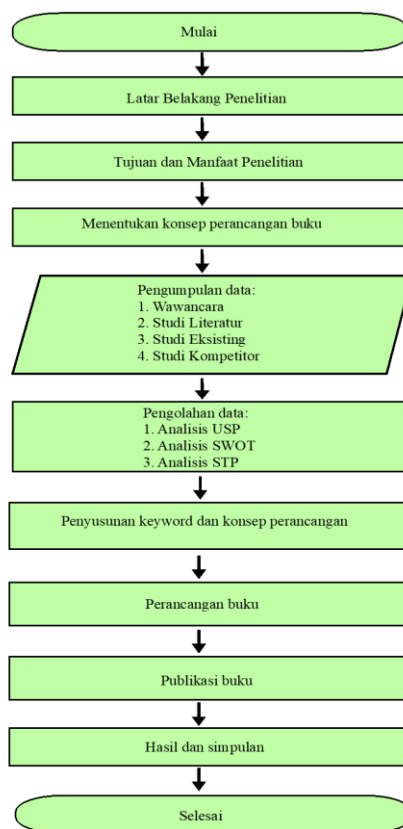
## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah kerangka (*framework*) yang berisikan rencana dan prosedur untuk mengarahkan penelitian (mengumpulkan, mengukur, dan analisa data) serta menjawab masalah penelitian (*research questions*). Bidang seni rupa dan desain tidak memiliki metode penelitian yang lahir dari dirinya sendiri. Semua metode adalah pinjaman dari ilmu lain (Sumartono, 2017). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menggambarkan fakta secara sistematis sifat dari suatu obyek, dengan desain penelitian tindakan peran serta (penelitian terapan) atau disebut *participatory action research* (PAR) dengan partisipasi kontraktual. Prosedur penelitian dilakukan dengan mengumpulkan semua data tentang obyek penelitian, yaitu sejarah dan pengenalan kemasan, prinsip kemasan, struktur, material dan *dieline* hingga studi kasus yang dibahas secara langsung. Dimulai dari pendokumentasian objek yang berupa kemasan produk-produk yang dipilih, penelusuran kepustakaan dan hasil-hasil penelitian terdahulu menyangkut desain kemasan.

Berdasarkan kepustakaan, melihat pada teori-teori terkait dalam perancangan buku terutama sistem *grid dan layout* hingga pembuatan ilustrasi berbasis vektor dengan *style flat design* yang dibuat secara sederhana untuk membantu penegasan teks. Serta pemanfaatan fotografi dalam penegasan contoh studi kasus produk yang diangkat. Secara keseluruhan kepustakaan yang ditunjukkan sesuai dengan segmentasi yang telah dianalisa. Berdasarkan tempatnya penelitian dilaksanakan dengan *library research* (penelitian kepustakaan), dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) dari penelitian sebelumnya yang meneliti tentang desain kemasan, buku-buku yang telah dicetak dan mengangkat desain kemasan sebagai topik utama dan buku-buku desain komunikasi visual sebagai pedoman perancangan. *field research* (penelitian lapangan), langsung di lapangan, yang meneliti produk-produk lokal yang menjadi studi kasus dalam konten bukunya. Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono,

2015). Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Sebagai pengembangan instrumen penelitian maka dilakukan upaya untuk meluruskan validasinya, yaitu dapat dilakukan dengan teknik triangulasi sumber, yaitu pencocokan data yang dikumpulkan berdasarkan berbagai sumber, yaitu: analisis konten yang dapat ditelusuri melalui studi referensi dan arsip, wawancara dengan ahli, serta terhadap calon target pembaca buku.

Agar mendapatkan sebuah penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun pengembangan instrumen penelitian, yang akan dijelaskan dalam diagram alir (*flow chart*) seperti pada Gambar. Berikut adalah tahapan-tahapan dari perancangan dari penelitian ini:



Gambar 1. Diagram alir penelitian  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Analisis Pasar dan Pesaing

Untuk dapat menentukan target pasar secara tepat sasaran, maka perlu dilakukannya segmentasi pasar. Segmentasi pasar dilakukan untuk dapat mengidentifikasi dan menganalisis target audiens yang sesuai dengan produk. Segmentasi pasar untuk buku ini adalah para dewasa muda berumur 19-30 tahun yang mempunyai profesi sebagai mahasiswa dalam bidang desain terutama desain kemasan, pengusaha muda, desainer grafis serta khalayak umum dengan kelas sosial dari B-A yang membutuhkan pengetahuan dasar tentang kemasan, ataupun sekedar referensi akan produk lokal.



Gambar 2. Buku pesaing dengan judul Mantra Kemasan Juara  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

Buku Mantra Kemasan Juara merupakan salah satu buku kemasan lokal yang sudah ada di pasaran, sehingga dalam perancangan ini buku ini dijadikan salah satu buku pesaing. Dalam analisis pesaing pada buku ini ditemukan bahwa keunggulan dari buku Mantra Kemasan Juara adalah buku tersebut menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca. Selain itu, terdapat juga *brand-brand* lokal besar yang dijadikan contoh sehingga mudah diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi buku Mantra Kemasan Juara memiliki kekurangan dalam segi konten. Buku tidak membahas elemen dasar dalam membuat kemasan secara rinci. Beberapa produk yang digunakan di dalam buku tidak *ter-update*, bahkan ada beberapa produk yang sudah sangat sulit kita temui di toko waralaba yang ada.

### 3.2. Analisis SWOT

Dalam proses perancangan buku tentunya memerlukan analisis SWOT sebagai bagian dari penentuan konsep rancangan selanjutnya, sehingga sebelum masuk ke dalam perancangan dalam penelitian ini terlebih dahulu melakukan analisis SWOT buku kemasan yang akan dirancang.

Tabel 1. Tabel SWOT  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

	<i>Opportunities (O)</i> Belum banyak buku yang membahas tentang kemasan di Indonesia.	<i>Threats (T)</i> Adanya kemungkinan buku diplagiat atau diperbanyak tanpa izin, dan munculnya pesaing yang lebih baik.
<i>Strengths (S)</i> Dalam buku terdapat referensi dan studi kasus. Selain itu dapat dipelajari oleh mahasiswa, desainer, atau pebisnis.	Strategi SO: Peningkatan tema yang memfokuskan pada desain kemasan produk yang dapat ditemukan di Indonesia	Strategi ST: Penggunaan beberapa material jenis kertas didalamnya serta fitur tambahan mengurangi kemudahan untuk diplagiat.
<i>Weaknesses (W)</i> Referensi yang diberikan tidak dapat <i>ter-update</i> .	Strategi WO: Referensi diperbanyak dan diambil dari data <i>ter-update</i> buku dicetak/dibuat.	Strategi WT: Mengeluarkan <i>ebook</i> untuk edisi revisi.

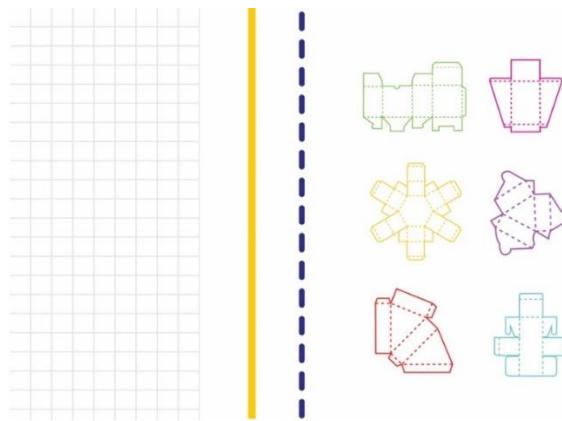
### 3.3. Penetapan Perancangan

Penetapan perancangan buku ini dilandasi dari penelitian sebelumnya yang mengangkat topik yang serupa. Dari perancangan tersebut, dirangkum kembali menjadi sebuah buku desain kemasan yang lebih mendasar dan lebih ringkas. Buku ini dipasarkan dengan tujuan untuk memperkenalkan buku kepada masyarakat umum mengenai kemasan. Buku ini bersifat komersil dan nantinya akan dipasarkan melalui toko buku ataupun melalui *website* penerbit. Buku "*Basic of Packaging*" dasar ditetapkan sebagai buku yang bersifat edukatif mengenai kemasan dengan penggabungan visual lewat fotografi dan ilustrasi vektor.

### 3.4. Penerapan Kreatif

#### 3.4.1. Key Visual

Terdapat 3 elemen visual yang digunakan dalam perancangan ini yaitu *Grid Pattern*, *Solid & Dashed Line*, serta *Packaging Die*. *Grid Pattern* melambangkan kertas kotak-kotak yang biasa kita pakai untuk membantu menghitung skala dalam membuat susunan *packaging die* sehingga perhitungan skala tepat dan rapi. *Solid* dan *Dashed line* sendiri merupakan elemen garis yang kita pakai dalam membuat *packaging die*. Garis solid biasa kita pakai sebagai tanda garis potong atau digunakan sebagai *outline*, sedangkan *Dashed line* atau garis putus-putus digunakan sebagai penanda lipatan dari *packaging die*. Kemudian elemen visual yang terakhir ialah *Packaging Die* dengan ilustrasi vektor sehingga menguatkan kesan buku yang memang membahas tentang kemasan dengan bentuk *packaging die* yang sebenarnya.



Gambar 3. Penerapan *key visual*  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

#### 3.4.2. Cover Buku

*Cover* buku merupakan hal yang pertama kali dilihat oleh target audiens saat akan membeli buku. Karena itulah, *cover* harus didesain sedemikian rupa agar menarik perhatian target audiens yang berujung kepada pembelian buku. Pada *cover* depan, desain tetap mempertahankan elemen visual yang ada, yaitu *grid pattern* dan *packaging die*. Sedangkan pada bagian judul menggunakan blok berwarna biru sebagai penekanan pada *cover* agar mata pembaca tertuju lebih dahulu pada judul dan nama pengarang. Sedangkan pada bagian punggung buku terdapat informasi tentang penerbit, judul buku, dan juga pengarang. Hal ini ditujukan agar target dapat mengenali buku saat buku

ditaruh dengan posisi tidur ataupun berdiri. Kemudian pada *cover* belakang, masih diterapkan elemen visual yang sama agar keseluruhan desain tetap menyatu namun lebih minimalis. Dalam *cover* bagian belakang, terdapat informasi berupa sinopsis, data penerbit, dan juga *barcode* buku.



Gambar 4. (kiri) *Cover* Depan Buku dan (kanan) *Cover* Belakang Buku  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

### 3.4.3. Tipografi

Pada perancangan buku ini, *typeface* yang akan digunakan adalah Sans Serif. *Font* yang dipilih adalah 07 Light Novel Pop dan Gotham dengan variasi *rounded*. Kedua *Typeface* ini memiliki kesan modern, simpel, dan efisien. 07 Light Novel Pop dipakai sebagai *headline* karena mempunyai tampilan visual yang *bold* dan cukup berat, namun mempunyai proporsi yang sesuai sehingga tampak mudah dibaca tanpa terasa terganggu. Dikarenakan “berat”, *font* Gotham *rounded* dipilih sebagai *bodytext* atau *sub-text* karena tingkat keterbacaan yang tinggi walaupun dalam ukuran kecil dan mempunyai berat *font* yang variatif mulai dari *light* hingga *bold* yang dapat digunakan sesuai keinginan. Selain itu, terdapat 2 *font* tambahan yang hanya terdapat dalam buku yaitu Bebas dan Gaegu. *Font* bebas dipakai karena lebar *font* yang lebih kecil dibandingkan dengan *font* Light Novel Pop sehingga lebih cocok untuk penggunaan pada angka dalam bab. Gaegu dipakai dalam buku sebagai *font* yang ada pada *notes* yang dapat diisi oleh target audiens, sebagai pelambangan dari tulisan tangan atau *handwriting*.

Tabel 2. *Font* Light Novel Pop  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

No	Penggunaan <i>Font</i>	Jenis <i>Font</i>	Spesifikasi <i>Font</i>			
1	<i>headline</i>	07 Light Novel Pop	07 Light Novel Pop	Uppercasae	Lowercase	Number & Miscellaneous
			Regular	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmnopq rstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{};<>



No	Penggunaan Font	Jenis Font	Spesifikasi Font			
			Gotham Rounded	Uppercase	Lowercase	Number & Miscellaneous
2	bodytext atau sub-text	Gotham rounded	<b>Light</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
			<b>Book</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
			<b>Medium</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
			<b>Bold</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
			<b>Regular</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
3	angka dalam bab	Bebas	<b>Bebas</b>	Uppercase	Lowercase	Number & Miscellaneous
			<b>Regular</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>
4	notes	Gaegu	<b>Gaegu</b>	Uppercase	Lowercase	Number & Miscellaneous
			<b>Regular</b>	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ	abcdefghijklmn opqrstuvwxyz	1234567890.,! ?%^&*()+{}:<>

### 3.4.4. Fotografi

Fotografi merupakan salah satu elemen penting dalam buku ini. Foto membuat pembaca dapat lebih memahami contoh atau studi kasus produk secara realistis sehingga pesan lebih cepat tersampaikan pada target audiens. Foto yang diambil lebih mengacu kepada foto produk yang telah melewati proses *retouching*.

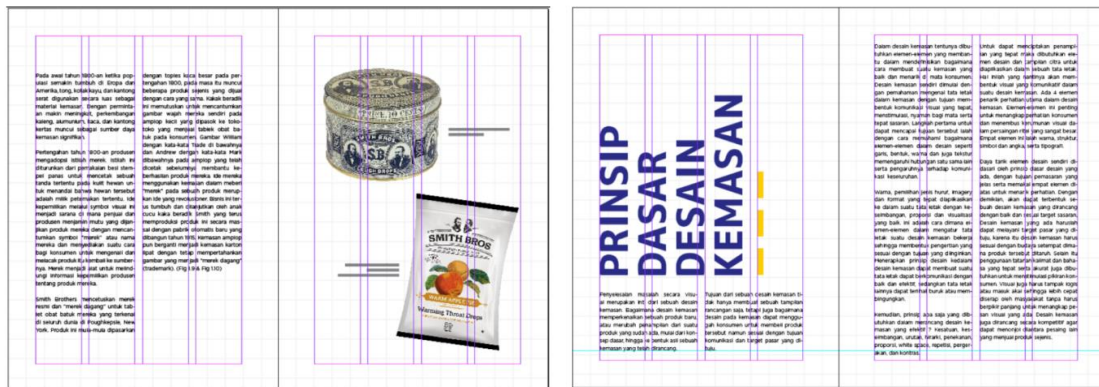


Gambar 5. (Kiri) Foto sebelum proses *Retouching* dan (kanan) Foto setelah proses *Retouching*  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

### 3.4.5. Layout dan Grid

*Layout* merupakan salah satu elemen penting dalam desain dimana semua elemen disusun menjadi satu kesatuan yang estetik dan dapat menyampaikan pesan dengan baik. *Layout* yang diterapkan pada buku ini adalah *Circus Layout* dan *Picture Window Layout*. Penggunaan *circus layout* dalam buku ini dirasa tepat dengan target audiens adalah dewasa muda usia 19 tahun ke atas. Hal ini dikarenakan *circus layout* memberi kesan yang bebas dan tidak kaku, sehingga tetap menyenangkan untuk dibaca tanpa mengurangi nilai estetika dalam desainnya. Sedangkan, penggunaan *picture window layout* membantu dalam menata bagian halaman yang memiliki banyak teks dan gambar pada halaman yang sama agar tampilan buku tetap tampak rapi. Selain itu, *grid system*

yang diterapkan ke dalam *layout* adalah *Multi Column Grid*, dengan jumlah kolom adalah 4 dengan *margin* atas 1.5cm, bawah 1,5 cm, luar 1,5 cm dan dalam 2 cm.



Gambar 6. Contoh *layout* dan *grid* yang digunakan dalam buku  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

### 3.4.6. Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting di dalam desain. Warna dapat mempengaruhi psikologi manusia dalam melihat suatu visual. Selain itu, warna juga mempengaruhi nilai estetika dalam suatu desain. Konsep yang diusung dalam perancangan buku ini ialah cerah dan juga menyenangkan. Karena itu, warna yang dipakai merupakan warna primer yaitu warna merah, biru, kuning, serta satu warna sekunder yaitu hijau sebagai elemen warna utama. Warna-warna ini sangat sering dipakai dalam banyak elemen desain, sehingga audiens akan merasa lebih *familiar*. Penggabungan dengan warna dasar putih juga memberikan kesan *white space* yang luas namun tetap *colorful*.



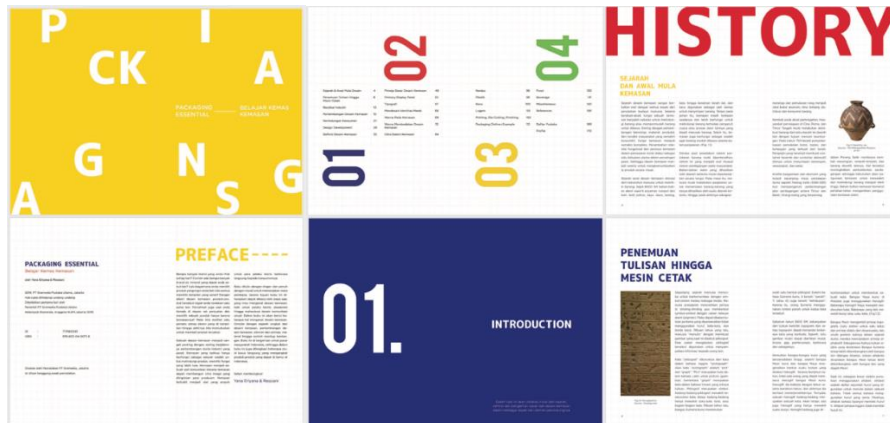
Gambar 7. Elemen warna utama  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

### 3.4.7. Struktur Isi Buku

Perancangan buku visual kemasan ini dibagi menjadi empat bagian agar pembaca dapat dengan mudah memahami isi buku. Pembagian tersebut dibagi menjadi:

1. *Introduction*

Dalam bab ini akan dibahas mengenai sejarah dari kemasan dari dulu hingga memasuki jaman modern beserta pengertian tentang kemasan itu sendiri.



Gambar 8. Bagian Awal Halaman, Daftar Isi, dan Bab 1 *Introduction*  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

2. *The Principles*

Dalam bab ini akan dibahas mengenai prinsip-prinsip dasar tentang kemasan yang perlu diketahui oleh target audiens. Tampilan terlihat seperti gambar 9 (kiri).

3. *Packaging Die*

Dalam bab ini akan dibahas mengenai beragam struktur rancangan desain kemasan dalam bentuk ilustrasi vektor. Tampilan terlihat seperti gambar 9 (tengah).

4. *Study Case & References*

Dalam bab ini akan dibahas studi kasus mengenai produk-produk yang dapat ditemukan di Indonesia, mulai dari makanan, minuman, hingga kebutuhan rumah tangga sehari-hari dan juga referensi desain yang menarik untuk diterapkan. Tampilan terlihat seperti gambar 9 (kanan).



Gambar 5. (kiri) Bagian Bab 2, (tengah) Bagian Bab 3 dan (kanan) Bagian Bab 4  
[Sumber: Data Penulis, 2020]

#### 4. KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa kemasan sangatlah penting untuk sebuah produk, terutama sebagai wajah dari produk itu sendiri. Namun faktanya, di Indonesia, kemasan masih dirasa kurang menarik secara visual dan monoton. Maka dari itu, buku kemasan ini menjadi sebuah media yang tepat agar dapat memperkenalkan desain kemasan kepada khalayak umum, terutama pelajar/mahasiswa di bidang desain dan pebisnis yang ingin memulai usahanya. Hasil dari penelitian ini berupa perancangan buku informasi tentang kemasan, yang menghadirkan visual menarik dengan penggunaan elemen-elemen visual yang tepat yaitu tipografi yang lebih modern dengan tingkat keterbacaan yang baik sehingga informasi dapat tersampaikan dengan sepenuhnya, penggunaan foto produk, yang melalui proses *retouching*, yang jelas demi mendukung konten informasi dari buku, pemanfaatan *layout* minimalis dengan *grid system* yang baik dalam buku membuat tatanan tata letak dalam buku menjadi satu kesatuan yang menarik dan mudah dibaca, dan perpaduan warna primer yang menunjukkan keceriaan sehingga dapat memicu emosi rasa senang dari pembaca buku. Keseluruhan elemen disatukan dengan pemanfaatan ilustrasi vektor yang menambahkan estetika dari isi buku.

Konten pada perancangan buku dihasilkan dari hasil analisis terhadap calon pembaca sehingga menghasilkan empat topik besar yaitu bab awal mengenai pengenalan yang berisikan sejarah hingga perkembangan desain kemasan, bagian kedua berisikan mengenai prinsip dan elemen dari desain kemasan, ketiga mengenai struktur kemasan, dan bab terakhir membahas mengenai studi kasus yang berfokus pada contoh-contoh produk yang dapat mudah ditemukan dalam negeri serta referensi desain kemasan saat ini. Dalam perancangan ini diperlukan waktu dan usaha, mulai dari pengumpulan data, proses perancangan hingga proses produksi. Perancangan memerhatikan setiap kaidah desain agar dapat menarik minat calon pembaca. Melalui perancangan ini, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan ilmu dan mengimplementasikannya ke dalam kemasan yang dibuat, sehingga kemasan di Indonesia dapat menjadi lebih baik dan memajukan ekonomi terutama dalam bidang ekspor.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018*. Jakarta.
- DuPuis, S., & Silva, J. (2011). *Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. MA: Rockport Publishers.
- Erlyana, Y. (2018a). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi "Mpo Romlah." In *National Conference of Creative Industry* (pp. 1079–1097).
- Erlyana, Y. (2018b). Perancangan Buku Informasi Tentang Jamu Sebagai Bentuk Pelestarian Warisan Budaya Indonesia. *NARADA, Jurnal Desain Dan Seni, FDSK-UMB.*, 5(2), 99–110.
- Erlyana, Y. (2019). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model VIEW: Studi Kasus Keripik Maichih. In *Prosiding Seminar*

- Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)* (Vol. 2, pp. 302–308). Denpasar. Indonesia, K. P. R. (2016). Kemasan Sebagai Daya Saing Produk. *Warta Ekspor*, 1–20. Retrieved from [http://djpen.kemendag.go.id/app\\_frontend/admin/docs/publication/9781482466041.pdf](http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/9781482466041.pdf)
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging; Mengenal Metode, Teknik, & Strategi Pengemasan Produk untuk Branding dan Hasil Maksimal* (1st ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf* (2nd ed.). New Jersey: Wiley.
- Nirmala, I., Attamimi, A. N. R., & Alami, vivian E. (2018). *Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2017*. (F. Herdiyanto, Ed.) (1st ed., Vol. 1). Jakarta: Pusat Data dan Informasi IPTEK DIKTI.
- Permadi, R. T., & Fauzi, M. (2011). Perancangan buku warisan budaya wayang kulit indonesia. *Inosains*, 6(2), 79–85. Retrieved from <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-3553-Tito-Permadi.pdf>
- Rizky Noor Alam. (2018). Optimisme E-commerce di 2018. *Media Indonesia*.
- Silva, A. C., & Borges, M. M. (2016). Hybrid publishing design methods for technical books. *The Electronic Library*, 34(6), 915–926.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan( Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (22nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Seni Rupa dan Desain*. Jakarta: Pusat Studi Reka Rancang Visual dan Lingkungan. Jakarta: FSRD Universitas Trisakti.
- Szaky, T. (2018). *The Future of Packaging: From Linear to Circular*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.
- Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.