

## MODEL DESAIN KEMASAN UNTUK PELAKU USAHA KERUPUK MIE KARADENAN BOGOR DI ERA NEW NORMAL

<sup>1</sup>Iis Purningsih, <sup>2</sup>Dendi Pratama, <sup>3</sup>Nurulfatmi Amzy, <sup>4</sup>Pandu Pramudita  
<sup>1234</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia  
Email: [iispurningsih@gmail.com](mailto:iispurningsih@gmail.com)

### Info Artikel

Masuk: 11 November  
2020

Revisi: 15 Desember  
2020

Diterima: 1 Maret 2021  
Terbit: 1 April 2021

### Keywords:

Karadenan Bogor  
noodle crackers,  
Packaging design,  
visual communication  
design.

### Kata kunci:

Desain kemasan,  
desain komunikasi  
visual, kerupuk mie  
Karadenan Bogor.

**P-ISSN: 2598-2273**

**E-ISSN: 2598-2281**

**DOI : 10.33061**

### Abstrak

*Towards the adaptation of new habits to the normal era of the impact of the Covid-19 pandemic. Small and medium industry players are required to prioritize functions in general and must also pay attention to product design in order to support the implementation of health protocols. Because, the design attracts attention will add value to the sale and is highly competitive, so that it can support the implementation of health protocols. The purpose of this article is to design a packaging design model for SMEs Karadenan Bogor cracker noodles in the new normal era. Qualitative research methods with practice-based research approaches in an effort to find information, analyze data and solve problems. With the composition of graphic elements, typography, illustrations to produce an attractive noodle cracker packaging design model and in accordance with health protocols.*

### Abstrak

Menjelang adaptasi kebiasaan baru era normal dampak pandemi Covid-19. Pelaku industri kecil menengah dituntut mengedepankan fungsi pada umumnya juga harus dapat memperhatikan desain produknya agar dapat mendukung penerapan protokol kesehatan. Karena, desain menarik perhatian akan menambah nilai jual dan berdaya saing tinggi, sehingga bisa mendukung implementasi protokol kesehatan. Tujuan artikel ini adalah merancang model desain kemasan untuk para UKM kerupuk mie Karadenan Bogor di era *new normal*. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian berbasis praktik dalam upaya mencari informasi, menganalisa data dan memecahkan permasalahan. Dengan komposisi elemen grafis, tipografi, ilustrasi sehingga menghasilkan model desain kemasan kerupuk mie yang menarik dan sesuai dengan protokol kesehatan.

## PENDAHULUAN

Semenjak akhir 2019 muncul virus Corona baru yang kemudian disebut dengan Coronavirus 2019 (Covid-19). Covid-19 merupakan sindrom penyakit pernapasan akut yang muncul di Wuhan untuk pertama kali, kemudian menyebar dengan cepat ke seluruh daratan China, lalu ke seluruh dunia (Giannis, D., Ziogas, I. A., & Gianni 2020). Sedangkan, di Indonesia kasus Covid-19 pertama kali dilaporkan pada tanggal 2 Maret 2020 (Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W. Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, .... Yuniastuti 2020). Hingga 15 Mei 2020 dinyatakan bahwa 16.000 orang positif terjangkit Covid-19, sembuh 3.803 orang, dan meninggal 1.076 orang. (Anggarini, 2020).

Pemerintah sudah mengusahakan banyak cara untuk menekan angka penyebaran, mulai dari menetapkan protokol perlindungan diri di ruang publik, pembatasan akses di wilayah tertentu, hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal tersebut diupayakan untuk mengurangi kegiatan yang akan mengumpulkan massa dalam pelaksanaannya. Kebijakan untuk melakukan semua aktivitas dari dan di rumah saja, berdampak ke hampir semua lapisan masyarakat, terutama yang beraktivitas di bidang usaha makanan. Banyak gerai makanan yang akhirnya tutup, karena tidak adanya penjualan. Beberapa pihak memanfaatkan teknologi sebagai media berbelanja, maka konsumen tetap bisa memesan makanan dan minuman favoritnya meski di rumah saja.

Namun, menjadi lain ceritanya dengan kelompok usaha yang tidak mengenal teknologi sejenis, seperti kelompok usaha mikro. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan mempunyai angka penjualan tertinggi sebanyak RP. 300.000.000,00 setiap tahunnya (Suci. Y. R 2017). Kelompok usaha ini terbiasa dengan proses transaksi langsung, yaitu bertemu dengan konsumen. Pabrik kerupuk mie kuning "Kembang Matahari" adalah satunya. Pabrik "Kembang Matahari" adalah salah satu produsen kerupuk mie di wilayah Karadenan, Kabupaten Bogor. Pabrik biasanya memasok langsung produknya ke konsumen di pasar. Maka, adanya pandemi Covid-19 ini sangat berdampak bagi omset pabrik.

Semenjak didirikan pada tahun 1977, pabrik kerupuk mie kuning "Kembang Matahari" ini kerap dihadapkan dengan situasi-situasi yang mendesak pemilik untuk mengambil sikap. Mulai dari munculnya produk-produk tiruan, perkembangan teknologi yang sangat cepat, dan pandemi covid-19. Jika tidak ditangani dengan baik, maka keberadaan pabrik "Kembang Matahari" sebagai kelompok usaha pertama dalam pemanfaatan sumber daya wilayah akan hilang. Penulis, selaku bagian dari tim abdimas UNINDRA dan pemilik pabrik mie kuning "Kembang Matahari" sepakat bahwa membantu pelaku usaha dalam melancarkan usaha kerupuk mie "Kembang Matahari".



Gambar 1. Kerupuk Mie

Belakangan muncul dugaan adanya fase normal. Dalam fase normal semua bidang usaha dihimbau untuk mendukung penerapan protokol kesehatan. Pelaku usaha industri kecil termasuk kerupuk mie Karadenan dituntut untuk bisa mendukung implementasi protokol kesehatan. Sebuah artikel dari perusahaan Manajemen Multinasional McKinsey Company menyebutkan bahwa konsumen pada fase normal akan cenderung memperhatikan nilai. Konsumen akan lebih *interest* pada fungsi produk dan nilai dibandingkan memenuhi gengsi semata. Selain itu muncul perilaku lain konsumen yaitu tren beli produk secara kelompok sebagai efisiensi harganya. Sebab pada akhirnya konsumen akan berusaha untuk adaptasi dalam memenuhi kebutuhan mereka, umumnya mereka berbelanja menggunakan transaksi menggunakan aplikasi. Pernyataan tersebut menjadi peluang besar bagi perusahaan sehingga mereka banyak yang jualan melalui media online. Salah satunya adalah kerupuk mie kuning “Kembang Matahari”.

Dalam masa pandemi dan menuju fase era normal selain produk dituntut untuk mengikuti protokol kesehatan juga ternyata persaingan dalam bisnis makanan secara *online* semakin tinggi. Setiap pelaku usaha dituntut untuk membuat produknya lebih menarik dan berdaya saing tinggi. Salah satu usaha yang dilakukan pelaku usaha yaitu membuat desain kemasan yang lebih menarik dan mendukung implementasi penerapan protokol kesehatan. Kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” adalah pelaku usaha mikro kecil yang pekerjaannya secara umum adalah para sepuh dan masyarakat yang tingkat pendidikannya sampai sekolah dasar. Mereka cenderung kurang memperhatikan desain kemasan (Sholikatin 2019). Artikel ilmiah ini bertujuan untuk menjelaskan model perancangan kemasan kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” sebagai salah satu model kemasan dalam mendukung penerapan protokol kesehatan dalam era normal.

## METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian dalam artikel ilmiah ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan penelitian berbasis praktik (*Practice Based Research*). (Sugiyono 2014).

1. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung pada kerupuk mie kuning terutama kemasannya. Kemudian dianalisa menggunakan metoda SWOT (*Strength, Weakness, opportunity, dan Treathment*).
2. Wawancara dengan pelaku usaha kerupuk mie “Kembang Matahari” untuk mendapatkan data terkait kerupuk mie kuning dalam masa pandemi.
3. Dokumnetasi diperlukan untuk lebih jelas mengetahui bentuk dan situasi pabrik kerupuk mie kuning di Karadenan ini, peneliti mengambil foto produk.
4. Untuk memperkuat asumsi dasar tentang artikel ilmiah ini, peneliti menggunakan beberapa referensi berupa buku, artikel dan referensi penelitian terdahulu.
5. sedangkan studi literatur yang digunakan berupa perancangan kemasan produk kerupuk mie ini adalah media promosi, kemasan, *brand*, ilustrasi, tipografi, warna, loogo dan budaya visual

## PEMBAHASAN

### Konsep Perancangan

Adapun tujuan dalam penulisan artikel ini adalah menjelaskan proses perancangan model desain kemasan yang dapat mendukung penerapan protokol kesehatan pada era normal. Dengan cara membuat kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan protokol kesehatan, sehingga dapat memiliki nilai dan daya jual yang tinggi. Strategi yang digunakan dalam membuat kemasan kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” ini dengan cara memperkuat identitas kerupuk mie dan memberi kesan yang berbeda dibandingkan produk kompetitor. Perlu adanya inovasi baik dari produknya maupun kemasannya. Dari segi produknya, peneliti bersama pelaku usaha kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” mencoba bereksperimen dalam rasa kerupuknya, misal kerupuk dibuat ada yang pedas, ada yang rasa balado dan lain sebagainya. Sedangkan untuk kemasannya peneliti mencoba membantu mereka dengan desain yang lebih inovatif, *simple*, modern, dan yang terpenting sesuai dengan protokol kesehatan. Konsep ini akan diwujudkan ke elemen visual berupa warna, tipografi, ilustrasi dan material yang digunakan.

Konsep dasar perancangan kemasan kerupuk mie ini tidak lepas dari sasaran khalayak yang dituju. Berdasarkan informasi dari pelaku usaha bahwa yang menyukai kerupuk mie adalah anak remaja kisaran usia 18-25 tahun. Melihat permasalahan yang dihadapi sekarang, perancangan kemasan ini terlebih dahulu harus menentukan segmentasi, *targeting* dan *positioning* untuk menentukan khalayak yang ingin kita tuju.

Desain merupakan *art direction*, yaitu penampilan visual secara menyeluruh dari iklan. Secara konvensional, elemen-elemen visual yaitu titik, garis, bidang, tekstur, huruf dan ilustrasi. Elemen-elemen ini disusun dan diatur menjadi sajian yang harmonis dan menyenangkan. Pada dasarnya tujuan dari desain komunikasi adalah subdisiplin dari desain yang menitikberatkan pada penyampaian informasi kepada publik melalui media. Sebelum memahami desain komunikasi visual terlebih dahulu harus memahami elemen desain, agar desain yang dihasilkan terlihat harmonis, menarik, komunikatif dan menyenangkan pembaca.

Desain dalam perancangan kemasan ini secara keseluruhan menggunakan konsep modern namun tetap tidak meninggalkan kesan/unsur tradisinya. Tujuannya adalah agar tetap terjaga *awareness* identitas dari kerupuk mie kuning “Kembang Matahari”nya. Kemasan yang ditawarkan ada dua model yaitu:

**Model 1:** yaitu kemasan untuk kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” yang berbentuk bulat besar dengan lebar kurang lebih 7 sentimeter. Karena itu kemasan yang dibuat berbentuk tabung dengan ukuran tinggi 12,7 sentimeter dan diameter kurang lebih 7 sentimeter. Kerupuk mie dengan ukuran bulat besar ini terbuat dari bahan aslinya, tanpa dicampur bumbu-bumbu lain. Kemasan tabung ini bentuknya sederhana dan berwarna bening transparan, agar kerupuknya terlihat jelas. Kemasan ini terbuat dari plastik mika yang tebal, sedangkan tutupnya terbuat dari plastik yang lebih tebal dan kuat. Model kemasan ini selain mempunyai kesan bersih juga lebih kuat dalam menyangga kerupuk. Kemudian kemasan tersebut diberi label stiker yang terbuat dari bahan *vinyl* yang tidak mudah rusak bila terkena air. Label ini merupakan identitas dari kerupuk mie kuning “Kembang Matahari”. Desain label dibuat menarik dengan memperhatikan unsur-unsur desain yang sesuai dengan identitas kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” dan dibuat dengan kesan yang modern namun tidak mengenyampingkan unsur tradisi kerupuk mie nya.

**Model 2:** yaitu kemasan yang berbentuk *standing pouch* yang memiliki karakter sebagai kemasan praktis, sebenarnya kemasan ini kini banyak dijual dipasarkan, hingga mudah dibeli. Namun kemasan ini memiliki kelebihan selain praktis juga bersih dan cocok digunakan untuk kemasan kerupuk mie dengan model kerupuk remahan. Jadi model kemasan kedua ini adalah kemasan untuk kerupuk mie remahan dengan berbagai rasa. Dengan kemasan *standing pouch* apabila kerupuk yang dimakan tidak habis dimakan konsumen, bisa disimpan kembali tanpa cepat basi. Kemudian kemasan tersebut diberi label yang hampir sama dengan label model kemasan pertama hanya terdapat perbedaan pada ilustrasi nya. Jika label kemasan pertama ilustrasinya gambar foto kerupuk mie bulat, sedangkan ilustrasi pada label kemasan kedua yaitu gambar kerupuk mie remahan.

Kemasan pada dasarnya berfungsi sebagai pelindung produk baik yang akan dijual maupun yang akan digunakan. Namun terdapat fungsi lainnya yaitu untuk menyimpan kembali produk yang tidak habis digunakan atau dikonsumsi, termasuk kerupuk mie kuning, sehingga bisa dikonsumsi dikemudian hari. Walaupun model tersebut sangat sederhana namun kemasan-kemasan tersebut sesuai dengan protokol kesehatan dalam masa pandemi maupun di era normal.

Material dasar kemasan model pertama kerupuk tersebut berbahan dasar mika, dibawahnya ada lempengan aluminium berbentuk bulat, dan tutupnya terbuat dari *acrilic*. Model kemasan seperti ini cukup kuat dalam menyangga kerupuk, sehingga kerupuk tidak mudah rapuh. Kesan modern yang ditampilkan yaitu pada desain label kemasannya. Kemasan tabung beratnya 275 gr terbuat dari mika bening yang biasa untuk kemasan makanan, dan umunya kemasan tersebut sesuai standar SOP untuk kemasan makanan. Sedangkan untuk kemasan model kerupuk remahan terbuat dari plastik tebal, yang tidak mudah robek dan sesuai standar SOP untuk makanan.

Label kemasan kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” adalah media cetak, yang dalam perancangan desainnya harus memiliki kriteria:

1. Memuat logo atau merek yang mudah dikenal, (logo kerupuk mie kembang matahari terlebih dahulu sudah dibuat dan sudah terdaftar di hak Cipta).
2. Penonjolan visual dengan menampilkan ilustrasi dan headline. Dikomposisikan dengan memberi ruang kosong disekitarnya
3. Mempermudah pembaca untuk merespons. Sertakan alamat lengkap beserta nomor telepon perusahaan kerupuk mie kuning Kembang Matahari”.
4. Terdapat kalimat persuasive seperti: lebih sehat, dan lebih murah.
5. Ada pesan utama (main message) disampaikan dengan jelas dan sederhana.
6. Citra desain disesuaikan dengan jenis produk atau perusahaan, yaitu dari warna yang digunakan mengacu pada produk dan keasliannya.
7. Memiliki ciri khas, yang berbeda dengan kompetitor.

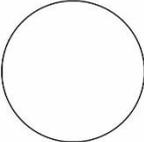
Gaya desain label kerupuk mie yang bulat yaitu ilustrasi gambar kerupuk bulat dengan menggunakan teknik fotografi kerupuk bulat difoto dan sedikit diedit menggunakan photoshop sehingga kerupuk bulat terlihat menarik dan mengundang selera orang untuk mengkonsumsinya. Label kemasan kerupuk mie “Kembang Matahari” menampilkan ilustrasi yang simpel, sederhana sehingga dapat menyeimbangkan dengan identitas yang ingin ditonjolkan. Ilustrasi dapat digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami pesan, serta menambah daya tarik, bukan sebaliknya (Supriyono 2010).

Salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca adalah warna. Dalam penggunaan warna harus hati-hati, bila penggunaan warna kurang tepat maka akan merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan bahkan hingga menghilangkan gairah baca. Penggunaan warna yang tepat akan membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara.

Konsep warna yang digunakan yaitu kombinasi warna hijau dan kuning. Warna hijau memberi kesan natural atau warna alam, sedangkan warna kuning adalah warna kerupuknya itu sendiri. Merek/logo yang digunakan adalah merek “Kembang Matahari” yang sebelumnya sudah dirancang yaitu berbentuk ilustrasi gambar bunga matahari. Logo “Kembang matahari” ini adalah salah satu nama produk kerupuk mie kuning yang sudah terdaftar sebagai salah satu anggota UMKM Kabupaten Bogor. Berikut adalah skema warna yang akan dipakai pada perancangan kemasan kerupuk mie “Kembang Matahari”:

Tabel: Skema warna

No	Warna	Komposisi RGB	Komposisi CMYK
1.		R: 0 G: 50 B: 50	C: 45 % M: 0 % Y: 19 % K: 0 %
2.		R:50 G: 50 B: 0	C: 0 % M: 0 % Y: 100 % K: 0 %

3.		R: 143 G: 78 B: 10	C: 31 % M: 70 % Y: 100 % K: 26 %
4.		R: 0 G: 0 B: 0	C: 75 % M: 68 % Y: 67 % K: 90 %
5.		R: 255 G: 255 B: 255	C: 0 % M: 0 % Y: 0 % K: 0 %

Tahap perancangan desain berikutnya adalah pemilihan huruf (tipografi). Cara memilih huruf dalam desain sudah menjadi disiplin ilmu tersendiri. Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain komunikasi visual. Dibaca-tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaan huruf (type face) dan cara penyusunannya. Informasi semenaik apapun, bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk. Sebagai contoh, ukuran huruf terlalu kecil, jenis huruf sulit dibaca, spasi terlalu rapat, dan layout berdesakan (*crowded*) sehingga menyebabkan orang tidak berselera untuk membaca. Huruf dipilih dengan mempertimbangkan nilai kemudahan baca (*readability*).

Tipografi mempunyai kekuatan besar dalam menyampaikan informasi. Menurut (Rustan 2014) "tipografi dimaknai sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf". Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam tipografi, diantaranya adalah *legibility* (mudah dibaca), *readability* (dapat dibaca), *visibility* (mudah dilihat), dan *clarity* (jelas). Perancangan infografis ini menggunakan jenis huruf Cocont Reguler karena memiliki ciri yang tidak terlalu formal dan ujungnya yang tidak kaku. Dalam media infografis ini menggunakan satu jenis huruf Cocont Reguler TR, karena memiliki ciri yang tidak terlalu formal dan menampilkan kesan tradisional.



Gambar 2. label desain kemasan 1  
Modifikasi lis PN, 2020



Gambar 3. label desain kemasan 2  
Modifikasi lis PN, 2020

Label yang telah selesai didesain kemudian diprint dan ditempelkan ke kemasan produk yang sudah jadi, hasilnya sebagai berikut :



Gambar 4. Model kemasan 1 Kerupuk Mie “Kembang Matahari” pada fase era normal Modifikasi lis PN, 2020



Gambar 4. Model kemasan 2 Kerupuk Mie “Kembang Matahari” pada fase era normal Modifikasi lis PN, 2020

## KESIMPULAN

Dalam masa pandemi covid 19 maupun dalam fase era normal, kemasan adalah hal yang terpenting dalam menunjang keberhasilan dalam penerapan protokol kemasan dalam sebuah produk. Dalam artikel ini mencoba menawarkan model kemasan sebagai implementasi dari penerapannya. Namun berdasarkan observasi, kemasan kini tidak hanya sebagai implementasi penerapan protokol kesehatan, akan tetapi juga dirancang agar kerupuk mie mampu bersaing dalam dunia bisnis makanan dalam masa pandemi yang semakin meningkat. Kerupuk mie kuning “Kembang Matahari” merupakan pelaku usaha mikro kecil, model kemasan yang ditawarkan dalam hal ini dengan kemasan yang relatif murah, namun tetap terjaga kebersihan dan tetap menonjolkan kesan modern nya tanpa mengubah tradisi di dalamnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Giannis, D., Ziogas, I. A., & Gianni, P. 2020. “Coagulation Disorders in Coronavirus Infected Patients: COVID-19, SARSCoV-1, MERS-CoV and Lessons from the Past.” *Journal of Clinical Virology* 127: 1–4.
- Rustan, Surianto. 2014. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sholikatin, Waamilus. 2019. “Perancangan Kemasan Produk Kripik Makroni Spiral Makeci.” *Deskovi : Art and Design Journal* 2(2): 73–80.
- Suci. Y. R. 2017. “Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 6(1). 51-5: 51–55.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual, Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W. Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, .... Yunihastuti, E. 2020. “Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini.” *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* 7(1): 45–67.