

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Pustaka

Sehubungan dengan perancangan ini, penulis menggunakan beberapa rujukan yang akan difungsikan sebagai acuan mengenai *rebranding* kemasan untuk meningkatkan penjualan. Maksud dan tujuan dari beberapa rujukan ini yakni digunakan untuk membantu penulis pada saat melakukan perancangan. Rujukan yang masih relevan akan membantu penulis dalam melaksanakan perancangan nantinya. Berikut referensi bagi penulis yang dijadikan sebagai acuan.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu tema perancangan kemasan dan juga penggunaan metode pengumpulan data yaitu yang sama sama menggunakan metode kualitatif dan juga melakukan tahap wawancara dan observasi. Adapun perbedaannya pada jurnal ini terletak pada target audience yang dimana pada skripsi ini memiliki rentan usia 26-40 tahun sedangkan penulis memiliki rentan 15-30tahun

2.1.1 Jurnal berjudul “Pengembangan Desain Kemasan Produk Jamu umkm Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode *Kansei Engineering*”

Jurnal yang ditulis oleh Nadia Maduri mahasiswa yang Bernama Memiliki judul “pengembangan desain kemasan produk jamu umkm berdasarkan preferensi konsumen menggunakan metode *kansei engineering*” [6]. Pada jurnal ini Nadia melakukan penelitian yang bertujuan untuk merancang kemasan baru produk umkm jamu bregas berdasarkan kebutuhan konsumen. Adapun pada penelitian ini menggunakan metode *kansei engineering* , yang kerap diartikan sebagai teknologi penerjemah perasaan konsumen .

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu tema perancangan kemasan dan juga penggunaan metode studi literatur yang dimana mendapatkan informasi dari beberapa sumber lain seperti jurnal dan lainnya , adapun perbedaannya pada jurnal ini terletak pada metode pengambilan data yang dimana pada penulis hanya menggunakan observasi dan wawancara sedangkan jurnal ini menggunakan metode pengambilan data *kansei engineering*

2.1.2 Jurnal berjudul “Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk”

Jurnal ini ditulis oleh sekelompok mahasiswa bernama Dediek Tri Kurniawan Dkk yang berjudul “Pelatihan dan Pendampingan UMKM di desa Gajahrejo Dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk [7]. Pada jurnal ini Dediek Tri Kurniawan Dkk menuliskan tentang Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) di Malang adalah bagaimana menciptakan kemasan yang menarik untuk produk makanan dan oleh-oleh khas Malang. Program pengabdian ini akan dilakukan di

Desa Gajahrejo yang terletak di Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang dan akan fokus pada pendampingan pelaku UMKM di Desa Gajahrejo untuk menciptakan desain kemasan yang mampu meningkatkan daya saing produk mereka. Dalam program ini akan dilakukan survey persepsi dan harapan UMKM terhadap kemasan yang ingin dihasilkan dan hasilnya akan digunakan untuk membuat desain baru produk.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama sama melakukan redesign kemasan dan perbedaan jurnal peneliti adalah terletak pada tujuan peneliti yang dimana pada jurnal ini terfokus pada fungsi kemasan yang bertujuan untuk membuat identitas pada sebuah produk, sedangkan pada penulis hanya membuat redesign kemasan yang berfungsi untuk meningkatkan penjualan. Referensi Karya

Pada perancangan ini penulis sendiri memerlukan beberapa referensi karya dari beberapa skripsi sebelumnya yang telah dibahas serta dari beberapa sumber lain dan juga ditujukan sebagai langkah perbandingan dari mengenai kelebihan sertakekurangan yang telah ada.

Berikut karya–karya yang dijadikan sebagai referensi :

1 Perancangan Desain Kemasan



Gambar 2. 1Desain branding kemasan

Sumber : *desain kemasan yang dibuat oleh akun @pisang_leleh*

Kemasan yang dibuat oleh @pisang_leleh lebih menonjolkan ilustrasi pada bagian desain yang dimana menggunakan ilustrasi pisang. Adapun tipografi pada kemasan pisang leleh meyakinkan dan menarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut, kemasan ini juga menggunakan warna cerah agar dapat dilihat dengan mudah yaitu dengan perpaduan warna kuning dan hitam. Warna ini dipilih karena warna kuning berasal dari warna pisang itu sendiri.

Adapun elemen visual yang diambil oleh penulis adalah warna dalam kemasan diatas menggunakan warna kuning, dengan memadukan ilustrasi dari pisang itu sendiri. Oleh sebab itu penulis menggunakan warna yang terinspirasi dari produk tersebut.

1. Perancangan desain kemasan kedua



Gambar 2. 2Desain Branding kemasan

(Sumber : karya yang diunggah melalui Instagram@kesankemasan)

Pada kemasan ini terdapat keunikan yang terletak pada tipografi yang menggunakan font dekoratif, adapun kemasan ini menonjolkan foto produk sebagai pembeda antar variant yang tersedia.

Pada refrensi kali ini penulis akan mengambil bagian tipografi yang menggunakan font dekoratif karena font dekoratif memiliki ciri khas dan terkesan unik.

2. Perancangan dan Desain Kemasan ketiga



Gambar 2. 3Desain Branding Kemasan

Sumber : Freepik

Pemilihan kemasan toples berfungsi untuk memudahkan konsumen dapat memilih ukuran yang di butuhkan. Pada kemasan ini menggunakan bahan material plastik yang dapat memperlihatkan isi produk tersebut. Pada refrensi kali ini penulis akan mengambil elemen warna dan layout yang seimbang karena agar terlihat lebih tertata dan cocok untuk karya perancangan penulis yang akan dibuat.

2.3 Landasan Teori

Dalam perancangan *Redesign* kemasan kripik pisang crispy ninong snack purwokerto untuk meningkatkan penjualan dibutuhkan untuk membentuk basis konsumen maupun penjualan. Memiliki kemasan yang baik dan menarik merupakan kunci kesuksesan bagi pelaku usaha agar dapat unggul dalam persaingan penjualan. Pasalnya, konsumen sendiri cenderung memilih produk dari ketertarikan kemasan yang dilihat dan inilah yang akan membuat penjualan semakin meningkat. Permasalahan mengenai desain kemasan terletak pada cara membuat kemasan yang baik dan menarik yang bertujuan untuk meningkatkan, pengenalan produk berbasis kemasan, landasan teori yang digunakan dalam menyelesaikan masalah.

2.3.1 Desain

Desain adalah proses memecahkan masalah dengan metode yang teratur. Ini adalah aktivitas untuk mencari solusi kreatif melalui proses pemecahan masalah. Desain merupakan gabungan antara pengetahuan dan kreativitas [8]. Dalam proses pembelajaran, penting untuk membangun pemahaman tentang metodologi desain agar mahasiswa dapat memahami bagaimana sebuah desain dibuat. Salah satu komponen dalam pembelajaran desain adalah mempelajari bagaimana praktik industri desain dilakukan, sehingga perlu diciptakan lingkungan belajar yang mirip dengan praktik profesional. [9].

2.3.2 *Redesign*

Redesign adalah proses merancang ulang produk yang sudah ada. Istilah ini berasal dari dua suku kata dalam bahasa Inggris, yaitu "re-" dan "design". Menurut Depdikbud[10], redesain memiliki arti menyusun lagi sesuatu yang sudah tidak berfungsi lagi sebagaimana mestinya. Sementara menurut American Heritage Dictionary[11], redesain adalah melakukan perubahan dalam penampilan atau fungsi suatu produk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa redesain bertujuan untuk melakukan perubahan dalam tampilan atau fungsi suatu produk.

2.3.3 **Kemasan**

Pengemasan merupakan salah satu cara untuk memperlihatkan produk kepada konsumen dalam kondisi yang baik dan berguna. Dalam era globalisasi, pengemasan memegang peran penting karena selalu berhubungan dengan komoditas dan merupakan nilai jual dan citra dari produk tersebut. Kemasan merupakan "penjual diam". Produk terdiri dari kombinasi antara isinya dan pengemasannya. Ada yang beranggapan bahwa pengemasan hanya sampah dan membebani biaya penjualan, namun sebenarnya pengemasan Standar pengemasan dapat meningkatkan citra produk, memberikan nilai tambah dalam penjualan, dan melindungi produk dengan baik. Keamanan dan harapan konsumen harus terpenuhi dalam proses pengemasan.

Kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari berbagai hal seperti perubahan cuaca , hujan, air dan ,mudah dibawa oleh konsumen. Bentuk dan ukuran yang menarik sesuai dengan kebutuhan konsumen membuat produk memiliki daya tarik visual. Bentuk fisik kemasan dipengaruhi oleh sifat produk, sistem penjualan, mekanik, display, distribusi, dan segmen pasar. Labeling harus jelas dan lengkap, dan desain kemasan harus unik dan khas sehingga tampak berbeda dari produk lain.

Peran pengemasan pada produk antara lain :

1. Sebagai tempat untuk memudahkan transportasi produk dari satu tempat ke tempat lain atau dari produsen ke konsumen.
2. Melindungi produk dari hujan, kotoran bakteri, dan lain-lain.
3. Memberikan informasi, membuat brand image, dan berguna sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah diamati, dihafal, dan dibaca. Informasi pada pengemasan merupakan bagian yang sangat penting. Desain pengemasan dapat dikonsultasikan dengan desainer pengemasan untuk memastikan tampil menarik [12].

2.3.4 Jenis Kemasan

berdasarkan struktur isi terbagi menjadi 3, yaitu [13]:

a. **Kemasan Primer:**

Pengertian kemasan produk primer adalah bahan yang diolah menjadi wadah langsung untuk bahan makanan, seperti kaleng susu, botol minum, dan sebagainya.

b. **Kemasan Sekunder:**

Pengertian kemasan produk sekunder adalah suatu wadah yang memiliki fungsi melindungi kelompok kemasan lain, seperti kotak kardus, kotak kayu, dll.

c. **Kemasan Tersier:**

Pengertian kemasan produk tersier adalah suatu kemasan yang bisa dimanfaatkan untuk melindungi produk selama proses pengiriman berlangsung.

2.3.5 Desain Kemasan

Pengemasan adalah cara untuk menutupi, melindungi, mengirimkan, memasarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar[13]. Kemasan memiliki fungsi untuk melindungi kualitas barang dan sebagai strategi pemasaran[14], dengan cara merancang desain sehingga produk tetap terjaga. Ini juga menurut pandangan Kotler dan Armstrong[15] serta Kotler dan Keller[16].

2.3.6 UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari bidang bisnis yang mempunyai peluang pertumbuhan dan kestabilan dalam perekonomian nasional. UMKM membuat tempat yang tertata untuk membuka lapangan kerja, yang merupakan persiapan oleh pemerintah, ataupun swasta, dan individu. Fokus pada pengembangan potensi UMKM membawa konsep pengembangan ekonomi lokal yang kreatif dan dinamis melalui proses kewirausahaan, yang memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup bagi semua orang yang terkait dengan UMKM. Menurut Yudhoyono[17], ekonomi berorientasi pada kreativitas budaya dan lingkungan. Alvin berpendapat[18] bahwa keberadaan manusia dapat dibagi menjadi tiga fase, yaitu abad pertanian, abad industri, dan abad informasi.

2.3.7 Jenis UMKM

1. Livelihood Activities adalah yang lebih dikenal sebagai sektor informal, seperti contohnya pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise Aktivitas ekonomi yang memiliki karakteristik sebagai seorang pengrajin namun belum memiliki sifat sebagai seorang pengusaha.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan UMKM yang mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, adalah UMKM yang memiliki sifat kewirausahaan dan memiliki niat untuk berkembang menjadi Usaha Besar.

2.3.8 Warna

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Konsumen melihat warna jauh lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa. Dan warna lah yang pertama kali terlihat bila produk berada di tempat penjualan. Warna dengan daya pantul tinggi akan lebih terlihat dari jarak jauh dan direkomendasikan bagi sebagian besar kemasan, karena memiliki daya tarik dan dampak yang lebih besar [12]. Adapun warna yang digunakan oleh penulis yaitu:

- A. Warna kuning adalah warna yang memiliki intensitas paling tinggi dan mampu menarik perhatian bagi para konsumennya. Akan tetapi warna kuning juga memiliki makna ceria, *fun*, dan hangat.
- B. Warna hijau memberikan makna sebuah ketenangan, kesegaran, dan pepohonan.
- C. Warna abu – abu memiliki makna ketenangan dan kesejukan
- D. Warna coklat memiliki makna rasa yang diandalkan.

2.3.9 Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari bentuk huruf tidak hanya sebagai simbol bunyi namun sebagai suatu bentuk desain. Dikenal pula seni tipografi yaitu karya atau desain yang menggunakan pengolahan dan penataan huruf sebagai elemen utamanya. Tipografi biasa digunakan dalam desain publikasi seperti *design* kemasan, *design* banner, dan sebagainya. Pengetahuan tentang tipografi sangat dibutuhkan oleh desainer grafis untuk menciptakan suatu karya [20].

2.3.10 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Dalam kamus *The American Heritage of The English Language*, *illustrate* mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh,

analogi atau perbandingan, mendekorasi. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah penggabungan ekspresi personal dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari ilustrasi adalah pemikiran; ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar. Menghidupkan atau memberi bentuk visual dari sebuah tulisan adalah peran dari ilustrator. Mengombinasikan pemikiran analitik dan *skill* kemampuan praktis untuk membuat sebuah bentuk visual yang mempunyai pesan[21].

2.3.11 Layout

layout merupakan penataan elemen-elemen desain dalam kaitannya dengan ruang yang ditempati dan sesuai dengan keseluruhan skema estetika. Hal ini juga disebut dengan manajemen bentuk dan ruang. Tujuan utama dari *layout* adalah untuk menyajikan elemen- elemen visual dan tekstual yang akan dikomunikasikan dengan cara yang memungkinkan pembaca untuk menerima dengan mudah. Dengan *layout* atau tata letak yang baik, pembaca dapat dinavigasi melalui informasi yang cukup kompleks, baik dalam media cetak maupun elektronik[22].