



VISUALISASI KEMASAN JAMU TRADISIONAL DENGAN KONSEP BUDAYA INDONESIA

Choiriyatussyarifah¹, Sheila andita², Chris Malik³

fadla271202@gmail.com¹

Telkom University Bandung

Abstract: *The use of packaging design gives a big effect to each product, with the packaging design, the attractiveness of each product can further attract many people to get to know the product better. One of the attractions of this packaging design usually has a link between the product that is taken with the identity through packaging visualisation, with this identity it can give a new label to the product as well as traditional herbal medicine, packaging from traditional herbal medicine generally only provides visualisation of one of the material points contained. However, with the concept innovation of this packaging, the product can be highlighted more on some parts of the product that have not been mentioned, such as providing an attractive element, the culture of origin of the herbal product. Because this element can make other people more curious about the product, not only from the product but also from the culture as well as how the product was created. In this research, one of the methods we took was by studying literature studies, through this literature study we also reviewed a lot of information through website media so that it made it easier for information for the research we took.*

Keywords: *Visual, packaging, labelling, culture, traditional herbal medicine.*

Abstrak: Penggunaan desain kemasan sangat memberikan efek yang besar bagi setiap produk, dengan adanya desain kemasan, daya tarik setiap produk bisa semakin memikat banyak orang untuk bisa lebih mengenal produk tersebut. Salah satu dari daya tarik desain kemasan ini biasanya ada penghubung antara produk yang di ambil dengan identitas melalui visualisasi kemasan, dengan adanya identitas ini bisa memberikan labelitas baru pada produk tersebut seperti halnya jamu tradisional, kemasan dari jamu tradisional pada umumnya hanya memberikan visualisasi terhadap salah satu poin bahan yang terkandung. Namun, dengan adanya inovasi konsep terhadap kemasan ini, produk bisa lebih di tonjolkan terhadap beberapa bagian dari produk yang belum di sebutkan, seperti memberikan unsur yang memikat, kebudayaan asal dari produk jamu tersebut. Karena unsur tersebutlah bisa membuat orang lain lebih penasaran terhadap produk tersebut, tidak hanya dari produknya saja melainkan dari budayanya juga bagaimana produk tersebut di ciptakan. Pada penelitian ini salah satu metode yang kami ambil yaitu dengan mengkaji studi literatur, melalui studi literatur ini juga kami banyak mengkaji informasi melalui media website sehingga mempermudah informasi untuk penelitian yang kita ambil.

Kata Kunci: Visual, kemasan, labelitas, budaya, jamu tradisional.

PENDAHULUAN

Desain kemasan merupakan salah satu dari komponen bagaimana produk bisa lebih banyak dikenal oleh banyak konsumen. Kebanyakan dari pada konsumen sendiri jika tertarik dengan suatu produk yang dilihat salah satunya ada pada kemasannya, terlebih seperti produk pada makanan. Dilain sisi kemasan juga bisa

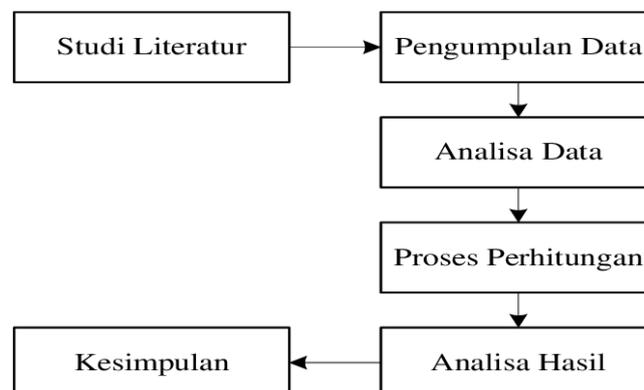
di jadikan salah satu media informasi terkait produk yang konsumen beli, maka dari itu kesan pertama kemasan ini bisa di jadikan sebuah pertimbangan bagi para konsumen yang tertarik pada salah satu produknya. Menurut Klimchuk & Krasovec (2007) mereka menyatakan bahwasannya kemasan merupakan sebuah desain yang mengaitkan dengan banyak hal contohnya seperti struktur material, bentuk, citra, warna, serta tipografi. Karena itu, pentingnya memerhatikan desain pada kemasannya pun penting, semakin bagus kualitasnya semakin bisa menarik konsumen yang lebih banyak.

Selain dari kemasan yang membuat suatu produk lebih menarik dilain sisi nama brand pun masuk dalam salah satu komponen penting, tentang bagaimana suatu nama brand dibuat bisa di jadikan sebuah labelitas baru dan memberikan satu kesan pada visualisasi kemasan. Khas labelitas paduan antara kemasan dan juga label ini juga bisa di jadikan hal yang bagus mengingat bahwa labelitas setiap produk juga bisa di lihat dari komponen keduanya.

Selain membahas desain pada kemasan dan juga labeling, memberikan kesan budaya pada setiap produk juga sama halnya membuat produk tersebut semakin memiliki daya tarik. Salah satu trik yang di ambil ini adalah dengan mengkonsep kemasan yang kita ambil yaitu jamu tradisional yang mana jamu ini identik dengan daerah khas bagaimana jamu ini terlahir yaitu Jawa. Konsep desain kemasan yang di gabungkan dengan budaya ini juga, bisa lebih memperkenalkan kedaerahan yg ada di indonesia, jadi konsumen tidak hanya sekedar tau bahwa jamu ini "Hanya berasal dari Jawa" tapi bisa lebih di perkenalkan lebih dalam lagi melalui postcard yang akan diisi dengan beberapa penjelasan terkait jamu tersebut beserta khasiat khasiat yang terkandung di dalamnya.

METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian yang kami gunakan ini adalah dengan studi literatur. Metode ini umumnya dilakukan dengan cara mengkaji informasi dan juga data data melalui website, buku atau jurnal yang masih berketerkaitan dengan perancangan desain kemasan dan tentunya hal ini di tujukan untuk membantu penyelesaian penelitian. Pengembangan pada kemasan yang digunakan disini juga melalui



beberapa proses tahapan, yaitu:

Pada penelitian ini, kami menggunakan metode kualitatif. Berikut langkah langkahnya :

- Pengumpulan data

Data data yang di dapatkan berasal dari buku, website, jurnal. Sebelum itu langkah pertama dari kami yaitu memahami dan mendalami tentang persepsi dari informasi yang kita dapatkan terkait dengan penelitian yang akan di buat.

- Analisis Data

Data data yang sudah di dapatkan kemudin di analisa, kemudian diidentifikasi dari mulai tema, pola serta data yang berhubungan dengan produk terkait dan kemudian di kembangkan pemahamannya terkait penelitiannya.

- Verifikasi/Proses Perhitungan

Melalui verifikasi ini, di dalamnya kami melibatkan sebuah diskusi yang mana diskusi ini di pergunakan untuk membandingkan serta mengkonfirmasi informasi mana yang akan di pakai sebagai validasi untuk penelitian yang di tuju.

- Hasil Penyajian

Hasil dari keseluruhan penelitian di satukan dan di bentuk menjadi sebuah laporan yang memadai dan juga dengan narasi yang jelas sebagai kutipan data.

- Kesimpulan Akhir

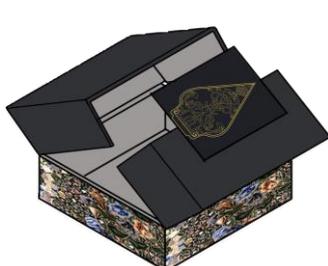
Kesimpulan terhadap penelitian yang di ambil, serta menjelaskan pemahaman terhadap peneliti berdasarkan pengalaman terkait. Dengan adanya penerapan metode kualitatif, hasil dari penelitian bisa mendapatkan sebuah pemahaman yang lebih dalam serta memberikan sebuah kontribusi berupa masukan pada bidang ini. Langkah langkah ini sangat berpengaruh dan bisa di jadikan sebuah kunci dalam pemakaian metode kualitatif ini. Dan karena itu juga, bisa di pakai sebagai penekanan untuk tujuan penelitian dan cara pendekatan kualitatif untuk mencapainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi dari kemasan selain dapat meningkatkan merek, bisa dijadikan sebagai alat komunikasi dan nilai produk pada saat di pasarkan, dengan adanya penggunaan wajah grafis mampu membedakan suatu produk dari pesaing lainnya apabila produk yang di pasarkan sejenis. Dengan demikian kemasan untuk jamu tradisional ini, memiliki fokus pada kebudayaan yang terkandung dari mana produk ini berasal, sementara itu beberapa hal yang harus di lewati salah satunya ini unsur unsur seperti desain grafis dan juga desain struktur yang terdiri dari bentuk, ukuran, fungsi sedangkan dari segi desain grafis terdiri dari tanda dan juga merek. Berikut elemen yang terdapat dalam desain kemasan :

1. Primary Display Panel (PDP)

PDP ini merupakan area pada kemasan yang memang di rancang untuk lebih menampilkan identitas dan semua elemen komunikasi. Area ini sebagai bagian depan dari suatu kemasan produk. Ukuran dan bentuk juga tidak lupa keduanya juga masuk sebagai salah satu komponen sebagai fungsi untuk penanggung jawab supaya bisa mengkomunikasikan dengan efektif dan juga



jelas.

2. Desain Grafis

Biasanya terdapat pada bagian PDP sebagai wajah khas dari suatu kemasan, salah satu contoh visualnya yaitu krn pada penelitian ini yang di pakai ini jamu tradisional elemen kebudayaan salah satunya yang kita pakai yaitu batik dari Jawa beserta wayang yang di jadikan sebagai simbol dari salah satu kebudayaan yang ada di Jawa.



3. Tipografi

Tipografi ini merupakan penggunaan dari bentuk huruf di gunakan untuk komunikasi verbal secara visual. Bukan hanya itu, Tipografi juga merupakan salah satu media utama untuk mengkomunikasikan nama produk, fungsi dan juga informasi lainnya terkait produk.



4. Warna

Warna dapat digunakan sebagai salah satu penyampaian pesan karena pada umumnya orang kebanyakan mengaitkan warna pada suatu emosi atau perasaan tertentu. Dalam desain kemasan, warna ini menjadi salah satu faktor yang dapat membedakan produk dengan pesaingnya. Warna juga di lambangkan sebagai asosiasi yang kuat sehingga suatu desain kemasan dengan warna khas dapat langsung di kenali oleh konsumen.



5. Bentuk dan material

Tidak hanya memiliki fungsi sebagai pelindung, bentuk dan juga material ini terdapat banyak sekali faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih bahan untuk kemasan suatu produk. Material dan bahan yang di gunakan juga sebisa mungkin yang bisa kembali di daur ulang. Selain itu faktor keunikan juga penting supaya bisa memberikan kesan unik dan lebih menarik, menyesuaikan saja dengan produk yang di pakai.



Melalui elemen elemen yang di sebutkan diatas bisa disimpulkan bahwa semakin menarik kualitas tampilan kemasan dan isi produk semakin banyak juga konsumen yang membelinya. Clement dalam Ulita dan Setyawan (2016:105) menjelaskan 90% konsumen membeli suatu produk berdasarkan kemasannya, 85% konsumen membeli suatu produk karena tidak ada alternatif lain dan 70% memilih berdasarkan kebutuhan saja. Maka dari itu, pada akhirnya tujuan deain kemasan itu hanya untuk memenuhi permintaan psar dan sebagai sarana komunikasi penyampaian produk kepada konsumen.

Melalui elemen elemen yang di sebutkan diatas bisa disimpulkan bahwa semakin menarik kualitas tampilan kemasan dan isi produk semakin banyak juga konsumen yang membelinya. Clement dalam Ulita dan Setyawan (2016:105) menjelaskan 90% konsumen membeli suatu produk berdasarkan kemasannya, 85% konsumen membeli suatu produk karena tidak ada alternatif lain dan 70% memilih berdasarkan kebutuhan saja. Maka dari itu, pada akhirnya tujuan deain kemasan itu hanya untuk memenuhi permintaan psar dan sebagai sarana

komunikasi penyampaian produk kepada konsumen.

KESIMPULAN

Pada akhirnya desain kemasan digunakan sebagai persaingan dalam dunia bisnis pada suatu produk, dan pentingnya pemilihan karakter kemasan supaya bisa lebih menonjolkan produk yang akan di pasarkan. Semakin kreatif tampilan kemasan dalam berbagai aspek di dalamnya semakin banyak juga konsumen yang ingin melirik dan mencari tahu produk tersebut. Di lain sisi juga, produk produk tradisional yang di kembangkan pada kemasannya ini, peran desain kemasan ini berimpact sangat besar, selain memperkenalkan produk bisa lebih memperkenalkan budaya di dalamnya terkait produk tersebut bisa di ciptakan serta manfaat manfaat yang ada di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- CBA Asilmi, <https://journal.unesa.ac.id>. 2022 Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Negeri Surabaya
- A. Ramadhina, <https://jmppk.ub.ac.id>. 2022 Pengaruh Desain kemasan, variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Universitas Brawijaya
- ANF Mufreni, <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php>. 2016 Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). Universitas Siliwangi
- E Utami, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php>. 2018 Perancangan desain kemasan produk olahan coklat "COKADOL" dengan metode quality function deployment. Universitas Ahmad Dahlan Research Gate
- AD Kusumasari, <https://media.neliti.com/media/publications/185677-ID-pengaruh-desain-kemasan-produk-dan-daya.pdf>
- R. Istianah, <https://ejournal.upi.edu/index.php/irama/article/viewFile/49133/19959>. 2022 Pengembangan desain kemasan produk makanan merek Krispy Yammy Babeh. Universitas Nusa Putra