

PERANCANGAN KEMASAN BATIK TULIS ABIN CRAFT

Amanda Mutiara Arsy¹⁾, Widia Marta²⁾, Robby Usman³⁾

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Komunikasi Visual,
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Jl. Raya Lubuk Begalung, Kota Padang, Indonesia
Email : amandaamtr22@gmail.com

Abstrak

Abin Craft is an MSMEs engaged in the Craft of written batik. The products produced in this MSMEs are characterized by coloring techniques in written batik and have a typical Minang carving motif as a motif for written batik. Packaging design as a promotional medium has an important role in introducing and promoting products to consumers. This design aims to design appropriate packaging for Abin Craft batik by considering aesthetic, functional, and informative aspects. The packaging of Batik Tulis Abin Craft is expected to show effective and attractive packaging while introducing local culture to its consumers as a promotional medium. The research method used SWOT analysis method with data collection by conducting resource person interviews, observation and documentation. The data obtained in this study using the SWOT Analysis method. The main media of Batik Tulis Abin Craft packaging design packaging form, design, layout, material of Batik Tulis Abin Craft packaging.

Kata kunci: *Packaging, Promotion, Batik Tulis Abin Craft.*

PENDAHULUAN

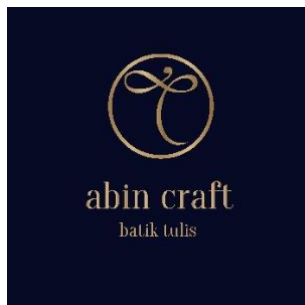
Banyaknya budaya di Indonesia menjadikan bangsa ini memiliki beraneka ragam identitas budaya. Salah satu budaya yang dimiliki adalah Batik Indonesia yang memiliki kaya motif dan memiliki hasil karya batik dengan kekhasan di setiap daerahnya. Batik merupakan karya budaya warisan nenek moyang yang memiliki nilai seni yang tinggi, dengan corak, serta tata warna yang khas milik suatu daerah yang menunjukkan identitas bangsa Indonesia.

Salah satu produksi Batik tulis terdapat di salah satu daerah Sumatera Barat di Kota Padang Batik Abin *Craft* ini beralamat di Jl. Gurun Laweh, Koto Panjang Ikua Koto, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat. Dikelola oleh Ibu Nella Karlana dengan berbagai macam motif khas Minangkabau. Batik tulis Abin *Craft* ini telah berdiri kurang lebih tiga tahun dari pertama berdirinya ditahun 2020 hingga sekarang. Batik tulis Abin *Craft* ini sendiri dapat menghasilkan produk sebanyak kurang lebih 50-60 meter dengan berbagai macam motif perbulannya. Dikarenakan harga dari batik tulis yang diproduksi Abin *Craft* relative mahal, konsumen yang menggunakan batik tersebut kebanyakan adalah orang-orang yang bekerja di kantor. Karena hal tersebut batik tulis Abin *Craft* ini mempunyai kualitas kelasnya tersendiri dari produk yang dihasilkan.

Berkembangnya Usaha UKM Batik Tulis Abin *Craft* secara tidak langsung juga berbicara mengenai kemasan yang digunakan. Kemasan yang digunakan pada Abin *Craft* ini belum dapat menunjukkan ciri khas tersendiri dari produk batik tulisnya dan juga kemasan batik tulis Abin *Craft* ini belum baik dalam memenuhi hal melindungi produk. Kemasan produk merupakan

salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding bisnis dalam persaingan yang semakin ketat.

Dengan melihat perkembangan saat ini, Batik Tulis Abin *Craft* ini melihat perlunya membangun citra brand Batik Tulis Abin *Craft*, salah satunya melalui desain kemasan. Melalui kemasan juga dapat memainkan peran penting untuk dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan dari sebuah produk batik tulis Abin *Craft*. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Perancangan Kemasan Batik Tulis Abin *Craft*.”



Gambar 1. Logo Batik Tulis Abin *Craft*



Gambar 2. Kemasan Lama Batik Tulis Abin *Craft*

Kemasan berfungsi untuk melindungi kualitas produk selama proses pendistribusian dari produsen hingga ke tangan konsumen serta berfungsi untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen sekaligus meningkatkan nilai dari sebuah produk. Oleh karenanya kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari sebuah produk seperti pembungkus, warna, logo, dan unsur lainnya yang mempengaruhi agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memberi kesan bahwa produk tersebut bermutu atau berkualitas baik.

METODE PENELITIAN

Data verbal merupakan data yang secara khusus dikumpulkan untuk keperluan riset yang sedang berjalan, yang meliputi wawancara dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan pemilik Batik Tulis Abin *Craft* untuk mendapatkan data tentang Batik Tulis Abin *Craft* termasuk produk yang ada dan beberapa konsumen Rumah Batik Sritanjung mengenai

pendapat tentang kemasan yang digunakan. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan tentang kemasan.

Data Visual adalah data yang dikumpulkan dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang diperlukan. Data sekunder yang digunakan meliputi internet, dokumentasi data, dan kajian pustaka. Kajian pustaka bersumber dari bacaan-bacaan yang menjelaskan tentang packaging.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis SWOT. SWOT mengidentifikasi empat faktor dalam dua kategori yang pertama yaitu kategori internal yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Kategori kedua yaitu kategori eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*). Berikut adalah analisis SWOT dari Batik Tulis Abin *Craft*:

1. Kekuatan (*Strenght*)
 - a) Batik tulis Abin *Craft* merupakan satu-satunya batik tulis yang menggunakan teknik suji cair dalam pembuatan motif pada kain.
 - b) Batik yang dibuat selalu mengutamakan mutu produk yang dihasilkan, baik dari segi desain, warna, variasi bentuk, filosofi.
 - c) Ketidaksamaan pada setiap produksi batiknya karena batik yang dibuat dengan cara tulis manual dengan alat tradisional dan juga mengandung unsur filosofinya sendiri , sehingga batik satu dan lainnya berbeda.
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a) Batik tulis Abin *Craft* belum ada kemasan yang menampilkan ciri khas brandnya tersendiri dan pengemasan masih menggunakan plastik tanpa adanya informasi lengkap tentang batik.
 - b) Belum terlalu dikenal masyarakat karena hanya melakukan promosi yang kurang efektif yaitu melalui mulut ke mulut.
3. Peluang (*Oppurtunity*)
 - a) Memiliki media pendukung Batik tulis Abin *Craft* berupa media sosial yang dapat menjangkau masyarakat dengan lebih luas.
 - b) Merek dapat dikenal masyarakat dengan melakukan promosi melalui packaging.
4. Ancaman (*Threatment*)
 - a) Banyaknya desain kemasan dari produk competitor yang lebih efektif dan menarik.
 - b) Motif yang digunakan pada batik tulis Abin *Craft* ini hampir sama dengan competitor lainnya karena mengusung motif khas Minangkabau.

HASIL DAN DISKUSI

Tujuan kreatif yang dicapai dalam perancangan kemasan Batik Tulis Abin *Craft* adalah sebagai kemasan tentang Batik Tulis Abin *Craft* yang memperlihatkan visual kemasan yang modern, dinamis, sesuai dengan fungsi sebuah kemasan dan dapat menjadi self promotion bagi brand tersebut.

1. Warna

Warna yang akan digunakan pada perancangan ini adalah warna yang sesuai dengan karakter dan konsep perancangan, yaitu Biru dongker, Emas. Kombinasi kedua warna ini menggambarkan harmoni yang kuat, menggambarkan kualitas tinggi. Berikut adalah penjabaran dan deskripsi warna yang akan digunakan :



Gambar 3. Biru dongker gelap #070F2B

Warna biru sering dikaitkan dengan sesuatu yang menenangkan. Biru merupakan warna yang universal dalam menciptakan suasana tenang dan stabil, sehingga sangat efektif dalam menarik perhatian konsumen yang mencari produk dengan kualitas yang dapat diandalkan. penggunaan warna biru dongker tidak hanya mencerminkan ketenangan tetapi juga memberikan kesan eksklusif dan elegan.



Gambar 4. Emas #b07908

Warna emas mempresentasikan keunggulan dan prestise yang memberikan kesan mewah dan elegan. Penggunaannya warna emas pada kemasan menegaskan citra produk sebagai sesuatu yang eksklusif dan bernilai tinggi.

2. Typografi

Dalam sebuah desain kemasan, tipografi merupakan unsur penting dalam penyampaian informasi tentang produk kepada target konsumen yang dituju. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan tipografi yang jelas dan mudah untuk dibaca oleh target konsumen sehingga informasi tersampaikan dengan baik.

a. Alternatif Tipografi

1) Bell MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

2) Oranienbaum

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

3) Arial Rounded MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

3. Ilustrasi

Dalam perancangan kemasan batik tulis abin *Craft* ini perancang mengambil ilustrasi dari motif batik yang menjadi ciri khasnya batik tulis abin *Craft* yaitu suji caia. Pada motif suji caia ini menggabungkan elemen-elemen alami seperti dedaunan, bunga yang dinamis. Motif Suji Caia digunakan sebagai elemen utama dalam desain ilustrasi kemasan Abin *Craft*. Ilustrasi ini diletakkan di bagian utama kemasan, baik sebagai latar belakang. Beberapa elemen motif yang lebih rumit disederhanakan tanpa menghilangkan esensi aslinya, dan penambahan sentuhan modern dalam penggunaan warna. Ilustrasi motif Suji Caia tidak hanya hadir dalam kemasan utama tetapi juga di berbagai media pendukung.



Gambar 5. Ilustrasi yang diambil untuk desain kemasan

4. Bahan

Pada perancangan kemasan ini perancang menggunakan bahan pada kemasan primer, sekunder, dan tersier sebagai berikut :

1) Kemasan primer

Untuk kemasan primer perancang menggunakan plastic oppseal. Penggunaan plastic oppseal berfungsi sebagai pelindung utama bagi produk Abin *Craft*, memastikan bahwa produk tetap aman dan terjaga kualitasnya selama proses penyimpanan dan distribusi. Lalu pada kemasan ini dilengkapi dengan label untuk kain batik.

2) Kemasan Sekunder

Pada kemasan sekunder, perancang memilih model hardbox yang menggunakan bahan dasar kertas duplex. Kertas duplex dipilih karena ketebalannya yang memadai, sehingga mampu memberikan perlindungan tambahan yang kokoh bagi produk di dalamnya. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan hardbox ini juga memberikan tampilan yang elegan dan berkelas, menjadikannya pilihan ideal untuk produk Abin *Craft* yang ditujukan bagi konsumen yang menghargai kualitas dan keindahan dalam setiap detail.

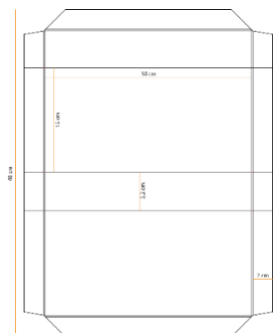
3) Paperbag

Sebagai pelengkap dari kemasan sekunder, perancang juga menambahkan kemasan paperbag yang terbuat dari bahan art paper. Kemasan paperbag ini tidak

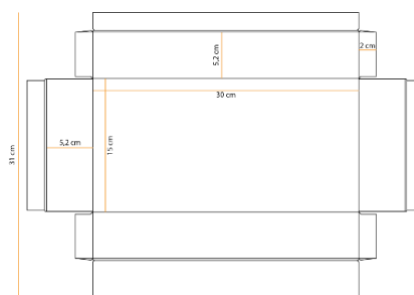
hanya berfungsi sebagai wadah praktis untuk membawa produk *Abin Craft*, tetapi juga menambah nilai estetika yang selaras dengan kesan premium yang diinginkan.

4) Master Box

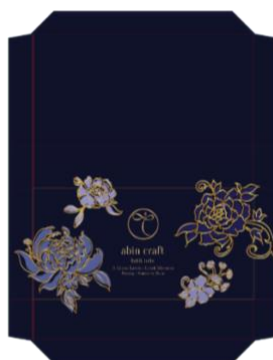
Kemasan master box menggunakan bahan karton tebal untuk menjaga produk saat pengiriman. Karton yang dipilih memiliki kekuatan dan ketahanan yang tinggi, sehingga mampu melindungi produk dari benturan, tekanan, dan risiko kerusakan lainnya selama perjalanan. Dengan struktur yang kokoh, master box ini menjadi lapisan perlindungan terakhir yang menjaga kualitas produk tetap utuh hingga sampai ke tangan konsumen.



Gambar 6. Bentuk pola tutup kemasan



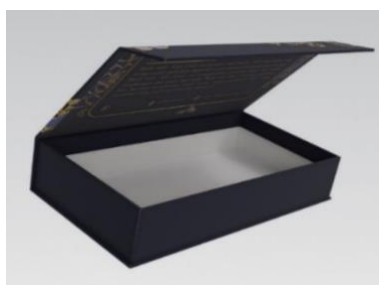
Gambar 7. Bentuk pola dalam kemasan



Gambar 8. Desain kemasan Terpilih



Gambar 9. Mockup kemasan terpilih



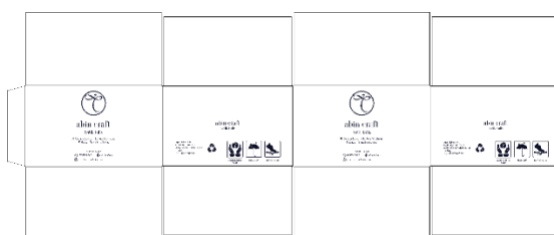
Gambar 10. Mockup kemasan saat dibuka



Gambar 11. Desain paperbag



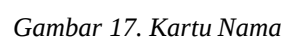
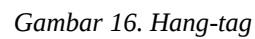
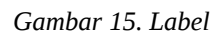
Gambar 12. Paperbag



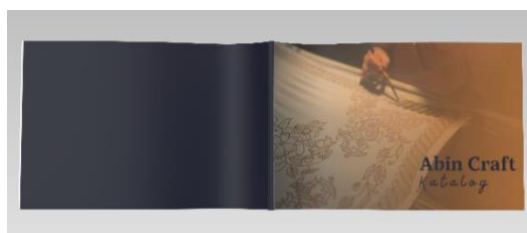
Gambar 13. Desain Masterbox



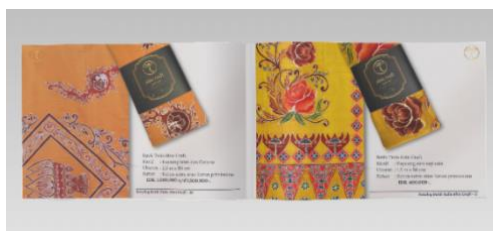
Gambar 14. Masterbox



Gambar 18. Buku Nota



Gambar 19. Cover depan dan belakang katalog



Gambar 20. Isi katalog

KESIMPULAN

Dalam perancangan karya tugas akhir Desain Komunikasi Visual ini, perancang telah melakukan sebuah penelitian dan perancangan sebuah karya dengan judul Perancangan Kemasan Batik Tulis Abin *Craft*. Kemasan Batik Tulis Abin *Craft* yang digunakan sebelumnya belum efektif baik dari segi desain kemasan, maupun bahan dari kemasan itu sendiri. Oleh karena itu, desain kemasan baru Batik Tulis Abin *Craft* dikembangkan dengan memperhatikan elemen-elemen seperti pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, layout, serta komponen lain. Terdapat beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

1. Telah dirancang empat desain kemasan untuk batik tulis Abin *Craft*.
2. Terjadi peningkatan image batik tulis Abin *Craft* pada citra produk di mata konsumen.
3. Untuk memastikan kesesuaian desain dengan preferensi target audiens, perancang menggunakan kuesioner dengan empat pilihan desain. Hasilnya menunjukkan bahwa 64% responden memilih desain kedua atau (desain final) menandakan bahwa desain tersebut paling sesuai dengan selera konsumen.

Kemasan batik tulis Abin *Craft* yang menarik dan informatif membantu memperkuat brand awareness dan meningkatkan daya tarik pada produk. Dengan adanya perancangan baru ini, diharapkan kemasan Batik Tulis Abin *Craft* dapat mengatasi masalah yang ada tetapi juga meningkatkan daya tarik visual, memperkuat identitas merek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu doa dan dukungan serta semangat dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Zerni Melmusi, MM, Ak selaku Ketua Yayasan Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
2. Bapak Riki Iskandar, S.Ds, M.Sn selaku Dekan Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia YPTK Padang;

3. Ibu Dr. Melisa Suardi, S.Ds, M.Sn selaku Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia YPTK Padang;
4. Ibu Dr. Widia Marta, S.Ds, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I Tugas Karya Akhir;
5. Bapak Dr. Robby Usman, S.Ds, M.Sn selaku Dosen Pembimbing II Tugas Karya Akhir;
6. Terimakasih kepada Kedua orang tua saya, mama dan papa serta adik saudara satu-satunya yang selalu memberikan doa dan semangat dengan tulus hingga akhir serta tanpa lelah mendengar keluh kesah perancang selama pengerjaan tugas akhir ini;
7. Terimakasih pada Ibu Nella Karlana selaku narasumber dan pengelola UMKM Batik Tulis Abin Craft.;
8. Terimakasih kepada teman-teman yang juga sedang berjuang bersama dengan perancang terkhusus pada member grup ciwi-ciwi, Bevin Rosanna C.S., Sabrina Denisa., Rahil Istiqamah., Putri Indra K., Ayu Wahyuni., Syofani K.P., Helfira K., Aliza Mutia.

Akhir kata, penulis mengucapkan permintaan maaf apabila terdapat kesalahan selama proses Perancangan ini. Semoga perancangan ini dapat menjadi inspirasi bagi banyak pihak. Terima Kasih.

BIBLIOGRAFI

- Adi, Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- ANF. Mufreni (2016). *Fungsi Kemasan dalam Meningkatkan Daya Saing Produk di Pasar Global*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 55-67.
- Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2018. *Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- CS, Cenadi. 1999. *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*. *Jurnal Nirmana*. Vol. 1, No.1.
- Mukhtar, Syukrianti, *Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen*, *Jurnal Sosial Humaniora* (November 2015) : 182-190
- Pratama, Sandi Destian kk. 2023. *Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional*, Universitas BSI
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2013). *Persepsi konsumen terhadap warna, tipografi, bentuk grafis dan gambar pada kemasan produk dengan pendekatan multidimensional scaling*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 6(1), 4.
- Sulistiyorini, Utami B. S. 2018. *Perancangan Kemasan Muria Batik Kudus untuk Memperkenalkan Kebudayaan Lokal Kota Kudus*, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.



Journal of Visual And Communication And Humanities (JVCH)

<https://jvch.journal-icesb.org/index.php/home/index>

E-ISSN – Volume 1 Nomor 2 , Tahun 2024 hal: 174-184