**Seni Rupa**
Volume 19 Nomor 02 Januari-Juni 2023
p-ISSN: 1829-8230 | e-ISSN: xxxx-xxxx

# DESAIN KEMASAN BUBUK BANDREK BETALANA DESA POHAN TONGA

**Johan Gabriel Simarmata[1*], Adek Cerah Kurnia Azis[2], Apdanil Syukri[3]**

*Program Studi Pendidikan Seni Rupa Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni[1,2]*
*Universitas Negeri Medan*
*Jl. Willem Iskandar Pasar V Medan Estate, Kec, Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Kode Pos 20371*
*Sumatera Utara. Indonesia*
*Program Studi Desain Komunikasi Visual[3]*
*Universitas Awal Bros*
*Jl. Karya Bakti No. 8 Simpang BPG, Kel. Bambu Kuning, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Kode Pos 28281*
*Riau. Indonesia*
*Email: tobatousta.official@gmail.com*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha Betalana Bandrek dalam mengembangkan Desain Kemasan bubuk bandrek di Desa Pohan Tonga Kecamatan Siborong – borong Kabupaten Tapanuli Utara. Penelitian ini merupakan jenis penelitian pengembangan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode R&D (Level3). Pada penelitian ini, populasi yang dipilih adalah kemasan bubuk bandrek Betalana yang memiliki 3 varian rasa yaitu original, ekstra pedas, dan diabet. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 3 sampel, serta menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan apresiator. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengembangan desain kemasan 1 baik dari penggunaan bentuk, warna, dan tipografi dinyatakan layak sesuai validasi dan mencapai nilai yang diharapkan oleh peneliti dengan jumlah nilai = 2.480 dan nilai rata-rata keseluruhan = 91,85. Kemudian desain dengan nilai terendah adalah desain 3 dengan perolehan jumlah nilai = 2.415 dan nilai rata-rata keseluruhan = 89,44. Artinya, dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa desain kemasan yang terpilih dan memenuhi indikator adalah desain kemasan 1. Sehingga peneliti memutuskan bahwa pengembangan desain kemasan 1 terlihat lebih menarik, higienis, mewah, rapih, bersih dan memiliki nilai ekonomis.

**Kata Kunci:** desain kemasan, bentuk, warna, tipografi.

***Abstract***

*This research aims to assist Betalana Bandrek business actors in developing bandrek powder packaging designs in Pohan Tonga Village, Siborong District - borong, North Tapanuli Regency. The type this research is a development research. The method of this reasearch is the R&D method (Level 3). In this reasearch, the population chosen was Betalana bandrek powder packaging which had 3 flavors. They are original, extra spicy, and diabetic. The samples in this reasearch amounted to 3 samples, and used a saturated sampling technique. Data collection techniques in this research were observation, interviews, documentation and appreciators. The results of the research explained that the development of packaging design 1 from the use of shape, color and typography was declared feasible according to validation and achieved the value expected by the researcher with a total value = 2,480 and an overall average value = 91.85. Then the design with the lowest score is design 3 with the total value = 2,415 and the overall average value = 89.44. That is, it can be concluded by the researcher that the selected packaging design and fulfilling the indicators is packaging design 1. So the researcher decided that the development of packaging design 1 looks more attractive, hygienic, luxurious, neat, clean and has economic value.*

***Keywords:*** *packaging design, shape, color, typography.*

## PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini, keadaan persaingan di dalam pasar semakin ketat dan produsen saling berlomba untuk berinovasi pada produk mereka. Salah satunya adalah keindahan desain kemasan yang dipakai untuk mengemas produk mereka dengan semaksimal mungkin agar bisa menjadi daya tarik yang jitu untuk para konsumen. Persaingan ini menjadi hal yang harus diperhatikan karena konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk. Di lingkungan masyarakat

Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

sekarang ini, khususnya di tempat wisata di berbagai daerah di Indonesia, banyak produk makanan atau minuman yang bervariatif dikelola oleh pelaku–pelaku usaha lokal.

Salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Tapanuli Utara Sumatera Utara yaitu Desa Pohan Tonga juga tidak kalah dalam melakukan pengembangan terhadap produk dagang yang dilakukan. Desa Pohan Tonga ini menjadi lintasan yang strategis bagi masyarakat yang ingin berkunjung ke berbagai tempat wisata seperti Salib Kasih, Permandian Air Soda, Permandian Air Panas, dan lain-lain. Desa Pohan Tonga juga sangat dekat dengan Bandara Silangit Kec. Soborong – borong. Hal ini menjadi fokus masyarakat yang bergerak di bidang usaha dalam menciptakan produk yang menarik yang mampu menjadi buah tangan yang akan dibawa pengunjung yang datang ke daerah ini.

Seiring berkembangnya zaman dan berkembangnya usaha yang ada di Kabupaten Tapanuli Utara, ragam usaha di masyarakat berupa tenunan ulos, anyaman pandan, kuliner khas Tapanuli Utara seperti kacang sihobuk, kue talam, ombus-ombus, kopi-kopian, dan olahan jahe. Produk dagang tersebut merupakan hasil kreatifitas masyarakat yang sudah ada sejak lama dan masih berjalan sampai sekarang. Hasil dari produk yang diharapkan dapat menguasai pasar buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tapanuli Utara.

Dalam memilih produk, wisatawan yang berkunjung pastinya lebih selektif dalam pemilihan produk yang akan mereka konsumsi dan sesuai dengan yang diharapkan, seperti produk yang memiliki berciri khas cita rasa dan yang memiliki unik daerah Kabupaten Tapanuli Utara. Produk makanan dari pelaku usaha dapat dilihat dari desain kemasannya. Kemasan dengan desain khusus sebagai ikon dan ciri khas dari produk tersebut. Komponen kemasan dari produk-produk yang bersaing di pasar berupa logo dari pelaku usaha, nama produk, komposisi produk, dan alamat dari pelaku usaha dalam menjual produk, dari hasil observasi dengan salah satu pelaku usaha di Kabupaten Tapanuli Utara pada hari Rabu, 21 September 2022 pukul 17.00 WIB bertempat di Desa Pohan Tonga Kecamatan Siborong – borong yaitu Juang Simanjuntak berumur 28 tahun selaku owner produk Betalana yang menjual produk bubuk bandrek. Mereka membuat kemasan produk yang menyertakan nama usaha, alamat produksi, berat bersih, dan varian dari produk bubuk bandrek di kemasan tersebut.

Ia mengatakan bahwa desain yang terdiri dari bentuk, warna, dan tipografi adalah hal penting, tetapi Juang mengakui bahwa ada kendala yang dialami dalam melakukan inovasi pada desain kemasan yang sudah ada. Juang masih memakai kemasan polos dan menempelkan stiker dengan nama usaha pada sisi depan kemasan saja. Hal ini menyebabkan produk yang dikemas kurang menarik. Ada beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut. Faktor pertama adalah yaitu tulisan informasi yang ditampilkan juga sangat sulit untuk dibaca karena kurang tepatnya pemilihan tipografi. Kedua, penggunaan warna masih sangat sederhana dan kurang selaras dengan jenis produk yang disajikan yaitu bandrek. Ketiga, desain kemasan kurang komersial, yang dimaksud dengan kurang komersial disini adalah desain kemasan yang mampu dijadikan sebagai media komunikasi dari kemasan tersebut, menerangkan dan mencerminkan produk, mudah dipahami dan diingat juga menjadi identitas pembeda dengan produk lain yang mana hal tersebut bisa dijadikan sebagai alat promosi segingga mampu menambah nilai daya beli bagi konsumen tanpa harus mengabaikan arti dari produk itu sendiri, karena desain kemasan yang dimiliki Juang sekarang masih memliki kekurangan, diantaranya desain tidak memerhatikan garis tepi, foto yang terdapat pada desain kemasan tidak berkualitas tinggi. Keempat, komposisi gambar dan tipografi pada kemasan tidak seimbang sehingga membuat infomasi pada kemasan sulit untuk dibaca. Pada tahap ini peneliti memaklumi desain kemasan tersebut, hal ini dikarenakan desain kemasan yang sudah ada di rancang oleh istri dari Juang sendiri yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di bidang seni rupa.

Hal inilah yang menjadi dasar penelitian ini dilakukan, membuat pengembangan desain kemasan produk dengan tujuan menyempurnakan/mengembangkan produk yang telah ada menjadi kemasan yang lebih efektif, efisien dan lebih praktis dari produk sebelumnya. Pengembangan berfokus pada desain bentuk, warna dan tipografi dengan tujuan agar lebih menarik secara visual dan menambah nilai jual bagi para konsumen.

Penelitian desain dan pengembangan adalah istilah umum untuk studi desain dan pengembangan menggunakan kumpulan metode dan strategi

 Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

tradisional yang luas, baik kuantitatif maupun kualitatif. Metode mana yang dipilih dan bagaimana metode ini digunakan sehingga tidah hanya bergantung pada sifat masalah dan pertanyaan penelitian, tetapi juga pada apakah anda melakukan penelitian produk dan alat atau model penelitian (Richey dan Klein, 2007:46).

Pengembangan merupakan proses mengaplikasikan pengetahuan (hasil penelitian) untuk menciptakan produk, proses, model, jasa, atau perlengkapan baru yang lebih baik yang memenuhi kebutuhan dan tuntutan pasar (Yusuf, 2014:45). Penelitian pengembangan ini mengikuti langkah-langkah yang terdiri atas kajian temuan penelitian produk yang akan dikembangkan, mengembangkan produk berdasarkan temuan tersebut.

Menurut pendapat seorang pakar marketing Hermawan Kertajaya (dalam Dameria, 2014:54), yang menyimpulkan bahwa saat ini fungsi kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah, namun juga merupakan suatu alat promosi dari produk yang dikemasnya.

Menurut Nugroho (2006:13), ada beberapa hal yang dapat dilakukan mengenai strategi kreatif adalah dengan memodifikasi sisi-sisi tertentu dari produk tersebut, antara lain: Bentuk merupakan pendukung utama yang membantuk terciptanya seluruh daya tarik visual, yang ditentukan oleh sifat produk, pertimbangan pemajangan dan cara penggunaan kemasan tersebut . Konsumen seringkali melihat warna dari jauh dan lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa, dan warnalah yang pertama kali terlihat bila produk berada di tempat penjualan. Tipografi merupakan pesan kata-kata yang digunakan untuk menjelaskan produk yang ditawarkan dan sekaligus mengarahkan konsumen bersikap dan bertindak sesuai dengan harapan produsen. Iilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi sebuah kemasan, karena sudah dianggap sebagai bahasa universal yang dapat mengartikan maksud dari kemasan tersebut. Merek atau logo sebagai identitas produk, untuk membedakan kemasan yang satu dengan kemasan lainnya dan mengenalkan produk kita kepada masyarakat dalam bentuk non produk.

Purnomo (2004:14) memaparkan bahwa bentuk merupakan wujud atau penampakan dari benda atau karya itu sendiri. Bentuk tercipta berawal dari proses pembuatan desain diatas kertas dengan rincian yang jelas mengenai bentuk, ukuran, warna dan lain sebagainya.

Sembiring (2014:137) memaparkan bahwa bentuk adalah salah satu dari tujuh unsur seni. Bentuk yang paling mendasar adalah bentuk yang bermatra dua dan tiga dimensi. Bentuk dua dimensi ada yang bersifat datar (flat) dan ada yang berilusi tiga dimensional. Dalam pemikiran yang lebih luas, bentuk dalam seni rupa berarti seluruh elemen yang terlihat dan cara elemen-elemen tersebut bersatu. Aneka elemen tersebut sering disebut dengan unsur-unsur bentuk, sedangkan cara bentuk-bentuk ditata menggunakan prinsip-prinsip desain atau kaidah seni atau kaidah estetis. Pembahasan dalam hal ini dimulai dari keragaman unsur-unsur bentuk.

Dari berbagai kepustakaan yang penulis baca dapat diamati beberapa aneka unsur bentuk seperti : titik, garis, bidang, tekstur, warna, cahaya dan bayang-bayang, ruang dan volume, dan massa.
Bentuk dalam seni rupa terdiri dari dua macam, yaitu bentuk geometris dan non geometris. Kedua macam bentuk tersebut dijelaskan sebagai berikut: Bentuk geometris, adalah ragam bentuk ruang yang terdiri dari persegi, lingkaran atau segitiga yang menggunakan ilmu ukur di dalamnya. Bentuk non geometris adalah ragam bentuk yang tidak terpaku pada bentuk-bentuk bangun ruang, melainkan pada bentuk fleksibel, seperti gambar hewan, bunga dan lain-lain. Jika diaplikasikan pada seni rupa khususnya motif, motif bentuk non geometris letaknya tidak teratur atau dibuat secara acak.

Warna ialah kualitas rupa yang dapat membedakan kedua objek atau bentuk yang identik raut, ukuran dan nilai gelap-terangnya (Sunaryo, 2002:12). Pendapat yang serupa bahwa warna merupakan unsur rupa yang menampakan perbedaan kualitas wujud suatu raut-bidang dengan bidang datar atau dengan raut-bidang lain yang ada disekelilingnya (Syafi'i, 2001:24). Dengan kata lain dengan perbedaan warna benda-benda dapat terlihat keberadaannya.

Sulasmi (2002:18), menjelaskan bahwa sejak ditemukannya warna pelangi oleh ahli ilmu fisika, Sir Isaac Newton, dilakukan penelitian lebih lanjut oleh para ahli ilmu fisika dan mengemukakan bahwa penyebab terjadinya warna adalah cahaya.

Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa warna berdasarkan ilmu fisika merupakan berkas sinar yang memiliki getaran gelombang dengan frekuensi yang berbeda yang memasuki mata dan menghadirkan kesan atau sensasi warna.

Tipografi adalah suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, "menyusun" meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. (Kusrianto 2007:190).

Tipografi adalah suatu elemen teks yang merupakan salah satu elemen layout terpenting. Selain elemen visual, elemen teks juga memberi segala informasi yang dibutuhkan target audiens (Rustan 2017:18).

Penggunaaan tipografi dalam desain komunikasi visual disebut dengan "desain tipografi". J. Ben Lierman pada buku Types of Typeface (1967), ia mengatakan ada dua hal yang akan menentukan kesuksesan desain terkaitan dengan penggunaan tipografi, yaitu (Anggraini dan Nathalia 2018:65): Legibility (kualitas huruf), adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Legibility suatu kata/kalimat dapat dilihat dari kerumitan desain huruf dan penggunaan warna. Readability (penggunaan huruf), Lebih kepada kualitas kemudahan kan kenyamanan dibacanya rangkaian huruf dalam sebuah desain tipografi atau tata letak layout. Visibility (jarak pandang), adalah kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam sutau karya desain kominunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu. Clarity (kejelasan huruf), adalah kemampuan huruf – huruf yang digunakan dalam suatu karya desain dapat dibaca dan dimengerti oleh target. Untuk suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan pengamatnya.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan dalam penggunaan tipografi dalam sebuah karya desain komunikasi visual dapat memperkuat karya tersebut dalam berkomunikasi, tetapi dapat juga menjatuhkan kualitas desin apabila tidak menempatkannya dengan tepat. Ini dikarenakan huruf memiliki pisikologi dan visi misi tersendiri bagi pembacanya. Maka dalam tiap jenis huruf terdapat struktural tersendiri yang sangat berpengaruh dalam kenyamanan membaca.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengembangan level 3. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Alat dan bahan penelitian yang digunakan yaitu laptop dan *smartphone.* Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif yang terdapat pada penelitian dan pengembangan Richey dan Klein level 3 (Menguji untuk Mengembangkan Produk yang yang telah ada) lalu mendeskripsikan atau menjelaskan mengenai temuan pada variabel – variabel yang akan diteliti (bentuk, warna, dan tipografi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat pengembangan. Dalam hal ini yang menjadi sampel penelitian adalah 3 varian rasa bubuk bandrek Betalana. Saat observasi, peneliti mengambil 3 sampel saja karena pemilik usaha hanya menjual bubuk bandrek dengan 3 varian antara lain *original*, ekstra pedas, dan diabet.

Peneliti tidak hanya menilai berdasarkan pandangan peneliti saja, tetapi melibatkan beberapa narasumber sebagai apresiator yang akan membantu peneliti dalam menilai karya desain kemasan. Adapun narasumber yang dimaksud peneliti diantaranya dosen Seni Rupa Unimed dan desainer grafis yang paham dan ahli bidang pengetahuan akademik seni rupa yang berkaitan dengan unsur bentuk, warna, dan tipografi, hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih objektif, 3 orang apresiator atau tim penilai yakni: Drs. Nelson Tarigan, M.Si. (penilai I), M. Hasby Amri Khairi, S.Pd (penilai II), Nurdiansyah, S.Pd (penilai III).

 Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

**Seni Rupa**
Volume 19 Nomor 02 Januari-Juni 2023
p-ISSN: 1829-8230 | e-ISSN: xxxx-xxxx

Original

Ekstra Pedas

Diabet

**Gambar 1.** Desain 1 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana

**Tabel 1.** Hasil Penilaian Desain 1 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

| No | DESAIN 1 | | Aspek Penilaian Desain | | | Jlh | R | K |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | B | W | T | | | |
| 1. | P 1 | *Original* | 90 | 90 | 90 | 270 | 90 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 100 | 95 | 285 | 95 | SB |
| | | Diabet | 90 | 90 | 90 | 270 | 90 | SB |
| 2. | P 2 | *Original* | 90 | 100 | 95 | 285 | 95 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 95 | 90 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| | | Diabet | 95 | 90 | 85 | 270 | 90 | SB |
| 3. | P 3 | *Original* | 90 | 95 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 95 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| | | Diabet | 90 | 90 | 95 | 275 | 91,66 | SB |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Jumlah** | 820 | 840 | 820 | 2.480 | 826,64 |
| **Rata-rata** | 91,11 | 93,33 | 91,11 | 275,55 | 91,85 |
| **Keterangan** | A | A | A | | A |

**Keterangan:**
P 1 : Penilai 1
P 2 : Penilai 2
P 3 : Penilai 3
B : Bentuk
W : Warna
T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh tim penilai menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 1 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik) dengan jumlah nilai = 2.480 dan nilai rata-rata keseluruhan = 91,85. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 840 dengan nilai rata-rata sebesar = 93,33 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik).

Original

Ekstra Pedas

Diabet

**Gambar 2.** Desain 2 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana

**Tabel 2.** Hasil Penilaian Desain 2 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

| No | DESAIN 2 | | Aspek Penilaian Desain | | | Jlh | R | K |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | B | W | T | | | |
| 1. | P 1 | *Original* | 90 | 95 | 85 | 270 | 90 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 95 | 85 | 270 | 90 | SB |
| | | Diabet | 90 | 90 | 95 | 275 | 91,66 | SB |
| 2. | P 2 | *Original* | 95 | 90 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 95 | 90 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| | | Diabet | 90 | 90 | 90 | 270 | 90 | SB |
| 3. | P 3 | *Original* | 90 | 90 | 85 | 265 | 88,33 | B |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 90 | 90 | 270 | 90 | SB |
| | | Diabet | 90 | 90 | 85 | 265 | 88,33 | B |
| **Jumlah** | | | 820 | 820 | 795 | 2.435 | 811,64 | |
| **Rata-rata** | | | 91,11 | 91,11 | 88,33 | 270,55 | 90,18 | |
| **Keterangan** | | | A | A | B | | A | |

Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

**Keterangan:**
P 1 : Penilai 1
P 2 : Penilai 2
P 3 : Penilai 3
B : Bentuk
W : Warna
T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh apresiator menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 2 masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik) dengan jumlah nilai = 2.435 dan nilai rata-rata keseluruhan = 90,18. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Berikutnya penilaian untuk aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 820 dengan nilai rata-rata sebesar = 91,11 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Kemudian penilaian untuk aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 795 dengan nilai rata-rata sebesar = 88,33 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik).

Original

Ekstra Pedas

Diabet

**Gambar 3.** Desain 3 Kemasan Bubuk Bandrek Betalana

**Tabel 3.** Hasil Penilaian Desain 3 Secara Keseluruhan oleh Tim Penilai

| No | DESAIN 3 | | Aspek Penilaian Desain | | | Jlh | R | K |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | B | W | T | | | |
| 1. | P 1 | *Original* | 90 | 85 | 85 | 260 | 86,66 | B |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 90 | 90 | 270 | 90 | SB |
| | | Diabet | 90 | 95 | 90 | 275 | 91,66 | SB |
| 2. | P 2 | *Original* | 80 | 95 | 90 | 265 | 88,33 | B |
| | | Ekstra Pedas | 95 | 95 | 80 | 270 | 90 | SB |
| | | Diabet | 90 | 95 | 80 | 265 | 88,33 | B |
| 3. | P 3 | *Original* | 90 | 95 | 85 | 270 | 90 | SB |
| | | Ekstra Pedas | 90 | 95 | 85 | 270 | 90 | SB |
| | | Diabet | 90 | 95 | 85 | 270 | 90 | SB |
| Jumlah | | | 805 | 840 | 770 | 2.415 | 804,98 | |
| Rata-rata | | | 89,44 | 93,33 | 85,55 | 268,32 | 89,44 | |
| Keterangan | | | B | A | B | | B | |

**Keterangan:**
P 1 : Penilai 1
P 2 : Penilai 2
P 3 : Penilai 3
B : Bentuk
W : Warna
T : Tipografi

Berdasarkan hasil penilaian oleh seluruh apresiator menunjukkan bahwa desain kemasan bubuk bandrek Betalana pada desain 3 masuk ke dalam kategori B (Baik) dengan jumlah nilai = 2.415 dan nilai rata-rata keseluruhan = 89,44. Pada penilaian aspek bentuk, secara umum memperoleh jumlah nilai = 805 dengan nilai rata-rata sebesar = 89,44 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik). Berikutnya penilaian untuk aspek warna, secara umum memperoleh jumlah nilai = 840 dengan nilai rata-rata sebesar = 93,33 yang berarti masuk ke dalam kategori SB (Sangat Baik). Kemudian penilaian untuk aspek tipografi secara umum memperoleh jumlah nilai = 770 dengan nilai rata-rata sebesar = 85,55 yang berarti masuk ke dalam kategori B (Baik).

Setelah peneliti melakukan pengolahan data, peneliti menemukan bahwa desain dengan nilai tertinggi adalah desain 1 dengan perolehan jumlah nilai = 2.480 dan nilai rata-rata keseluruhan = 91,85. Kemudian desain dengan nilai terendah adalah desain 3 dengan perolehan jumlah nilai = 2.415 dan nilai rata-rata keseluruhan = 89,44. Jadi, dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa desain kemasan yang terpilih dan memenuhi indikator yang sudah dijelaskan adalah desain 1.

 Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

**2. Pembahasan**

Desain 1 tersusun dari ilustrasi jahe merah dengan menampilkan bagian isi daging jahe secara terpotong dibuat dengan teknik *digital painting* dengan metode olah digital Ipad Pro 2018, pada bagian atas terdapat nama merek dagang usaha Betalana Bandrek dengan penempatan logo berada pada sebelah kiri. Terdapat teks "BANDREK BUBUK JAHE MERAH" pada bagian tengah tepatnya diatas ilustrasi jahe dengan tujuan menyampaikan informasi bahwa produk ini adalah olahan bubuk bandrek jahe merah, lalu pada atas kanan ilustrasi jahe terdapat teks *"100% Organic"* dengan mempertegas bahwa olahan produk ini adalah olahan rempah tanpa adanya tambahan bahan kimia. Dibagian bawah ilustrasi terdapat *shape* persegi panjang untuk varian agar calon konsumen nantinya bisa membedakan jenis – jenis produk Betalana, setiap varian memiliki warna yang berbeda – beda yaitu *original* dengan warna dominan kuning jahe, warna hijau pada varian diabet dan warna merah pada varian ekstra pedas.

Pada bagian bawah desain terdapat informasi mengenai jumlah berat dari produk dan informasi sumber yang memproduksi olahan bubuk bandrek ini, pada bagian belakang desain kemasan terdapat komposisi dari olahan bubuk bandrek, ada juga tempat untuk menulis manual kadaluarsa, dibagian atas komposisi terdapat logo dari usaha Betalana dan logo UMKM Bangga Buatan Indonesia. Bagian bawah terdapat informasi kontak dan media sosial dari pelaku usaha. Tipografi pada desain 1 ini lebih dominan menggunakan huruf *signika*. Hasil kreativitas pengembangan desain kemasan bubuk bandrek Betalana desain 1 oleh peneliti sudah sangat baik dan memenuhi standar sesuai dengan tabel indikator penilaian yang telah divalidasi.

Kemudian pada desain 2, tersusun dari ilustrasi jahe merah lalu ditempatkan pada sisi kiri desain kemasan, pada bagian atas kanan terdapat nama merek dagang usaha Betalana Bandrek lalu logo Bangga Buatan Indonesia pada sebelah kiri Betalana. Terdapat teks varian pada bagian tengah sebelah kanan ilustrasi jahe dengan tujuan agar calon konsumen nantinya bisa membedakan jenis – jenis produk Betalana, setiap varian memiliki warna kemasan yang berbeda – beda sesuai dengan 3 varian olahan bubuk bandrek Betalana yaitu *original* dengan warna dominan kuning jahe, warna hijau pada varian diabet dan warna merah pada varian ekstra pedas. lalu terdapat informasi dibawah varian yang menjelaskan produk ini adalah produk bubuk bandrek jahe merah, lalu teks 100% *Organic* yang menjelaskan ini adalah murni olahan rempah.

Pada bagian bawah desain terdapat informasi mengenai jumlah berat dari produk dan informasi sumber yang memproduksi olahan bubuk bandrek ini, pada bagian belakang desain kemasan terdapat nama usaha Betalana Bandrek dan komposisi dari olahan bubuk bandrek, ada juga tempat untuk menulis manual kadaluarsa. Bagian bawah terdapat informasi kontak dan media sosial dari pelaku usaha. Tipografi pada desain 2 ini lebih dominan menggunakan huruf *signika*.

Pembahasan pada desain 3 Pada desain 3 peneliti mengkonsep desain dengan tema budaya, bisa dilihat pada bagian atas desain ada motif ornamen *Gorga Simeol-eol Marcialoan* yang mendeskripsikan bahwa produk ini berasal dari Sumatera Utara, pada bagian tengah atas terdapat nama usaha Betalana Bandrek dengan huruf *signika* dan diapit ornamen *Gorga Simata ni ari*, dengan sedikit improvisasi oleh peneliti.

Pada bagian atas kanan desain terdapat persegi panjang warna merah *maroon* dengan teks 100% *organic*, untuk varian dari produk pada desain 3 ditempatkan ditengah – tengah dengan informasi jenis produk pada bagian bawah varian. Ilustrasi jahe merah berada pada bagian bawah varian, ilustrasi ini dibuat menggunakan teknik digital painting menggunakan aplikasi Pro Create pada Ipad Pro 2018, kemudian informasi berat berada pada sisi kanan bawah dan informasi sumber produksi dari bubuk bandrek berada disebelah kanan. Bagian belakang desain ini terdapat informasi komposisi dari olahan bubuk bandrek, bagian atas komposisi terdapat logo Betalana Bandrek dengan huruf tradisional aksara batak toba yang artinya "Betalana", kemudian informasi mengenai kadaluarsa tidak lupa ditampilkan, bagian bawah terdapat informasi kontak dari pelaku usaha.

## KESIMPULAN DAN SARAN

**1.Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengembangan desain kemasan bubuk bandrek Betalana di Desa Pohan Tonga Kecamatan Siborong – borong Kabupaten Tapanuli Utara dapat disimpulkan bahwa penerapan bentuk sudah tergolong baik yang bisa mewakili produk, secara fungsi dan jenis produk sehingga lebih praktis, efisien, dan fleksibel. Kemudian pada penerapan warna secara keseluruhan sudah tergolong sangat baik. Hal ini bisa

Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.

dilihat dari pengunaan warna yang seimbang dan harmonis.

Penerapan warna juga dapat mewakili identitas produk dan mampu mencitrakan rasa dari produk, kemudian pada penerapan tipografi pada kemasan bubuk bandrek Betalana sudah tergolong sangat baik, dilihat dari legibility, readibility dan clarity yang baik. Bentuk huruf yang sesuai dan pengunaan warna yang kontras pada teks, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami. Jenis huruf yang paling banyak digunakan pada kemasan bubuk bandrek Betalana adalah *sans serif* yang memiliki sifat *modern*.

**2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut: Bagi pemilik usaha bandrek Betalana (Juang Simanjuntak) agar bisa meningkatkan kualitas dan aspek Desain Komunikasi Visual seperti bentuk, warna dan tipografi dalam membuat kemasan produk. Bagi mahasiswa Universitas Negeri Medan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi refrensi untuk melakukan jenis penelitian yang sama mengenai pembuatan desain kemasan. Bagi kalangan desainer, diharapkan penelitian ini dapat menjadi inspirasi sebagai bahan pengetahuan desain, khususnya dalam membuat desain kemasan produk.

**DAFTAR RUJUKAN**

Anggraini S, Lian dan Kirana Nathalia. (2018). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Dameria, Anne. (2014). *Packaging Handbook*. Jakarta: Link Match Graphic.

Kartono, Gamal. (2015). *Tipografi*. Medan: UNIMED Press.

Kertajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000/SC Siasat memenangkan Persaingan Global*. Gramedia Pustaka Utama.

Kusrianto, Adi. (2007). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Nugroho, Banu Tri. (2006). *Menambah Daya Tarik Melalui Keindahan.* https://mipa.uns.ac.id/. (diakses tanggal 20 November 2021).

Purnomo, Heri. (2004). *Nirmana Dwimatra.* Yogyakarta: Fakultas Bahasa dan Seni UNY.

Richey, R. C., & Klein, J. (2007). *Design and Development Research: Methods, Strategies, and Issues*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Rustan, Surianto. (2017). *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sembiring, Dermawan. (2014). *Wawasan Seni*. Medan: UNIMED Press.

Sulasmi, Darmaprawira. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.

Sunaryo. (2002). *Nirmana I. Hand Out*. Semarang: Jurusan Seni Rupa. Fakultas Bahasa dan Seni UNNES.

Syafi'i, Achmad. (2001). *Nirmana Datar*. Surakarta: STSI Press.

Yusuf. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Prenadamedia Group.

 **Di*submit* 10 Desember 2022, di*review* 17 Desember 2022, di*publish* 25 Juni 2023.**