

PERANCANGAN KEMASAN ROTI LAPIS RAMAYANA BAKERY DI BADROOM STUDIO DENPASAR

Ni Putu Dhea Pramesti¹, I Wayan Swandi², dan Ni Luh Desi In Diana Sari³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah,
Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: dheapramesti3@gmail.com

Abstrak

Badroom Studio sebagai penyedia jasa desain komunikasi visual sejak tahun 2017, dipilih sebagai tempat magang oleh penulis karena sudah memiliki jaringan yang cukup luas di bidang usahanya, serta memiliki strategi yang baik dalam hal promosi. Perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery menjadi proyek yang diangkat selama pelaksanaan magang di Badroom Studio. Ramayana Bakery terkenal sebagai produsen berbagai jenis roti sejak tahun 1980. Namun Ramayana Bakery memiliki kelemahan pada aspek kemasannya yang kurang mencantumkan informasi lebih rinci mengenai produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery. Adapun tahapan metode perancangan yang dilakukan yaitu memahami brief desain, menentukan konsep “*the good all days*”, membuat *thumbnail*, *tight issue*, hingga mewujudkan desain akhir berupa *mockup* desain. Pada perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery ini akan menghasilkan sebuah desain akhir dengan dua varian rasanya, yaitu Roti Lapis Pandan dan Roti Lapis Vanilla.

Kata Kunci: Kemasan, Ramayana Bakery, Badroom Studio, Magang

Abstract

Badroom Studio as a visual communication design service since 2017, was chosen to do an internship program by the author because it already has a fairly extensive network in its field of business, and has a good promotion strategy. The bread packaging design for the Roti Lapis product of Ramayana Bakery was one of the projects during the internship period at Badroom Studio. Ramayana Bakery is well known as a producer of various types of bread since 1980. However, Ramayana Bakery has a weakness in its packaging which doesn't include more detailed information about the product. The purpose of this study was to determine the process of designing the Roti Lapis packaging, which is one of the best seller product of Ramayana Bakery. The stages of the design method are understanding the design brief, determining the concept of "the good all days", making thumbnails, tight issues, and realizing the final design in the form of a mockup design. In designing the Roti Lapis product of Ramayana Bakery, it will produce a final design with two variants, such as Roti Lapis Pandan and Roti Lapis Vanilla.

Keywords: Packaging, Ramayana Bakery, Badroom Studio, Internship

PENDAHULUAN

Institut Seni Indonesia Denpasar sedang menerapkan Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) yang salah satu programnya adalah magang/praktik kerja. Dalam hal ini, penulis memilih perusahaan Badroom Studio sebagai tempat untuk melaksanakan magang/praktik kerja MBKM. Badroom Studio adalah perusahaan kreatif penyedia jasa desain komunikasi visual yang mengusung konsep modern minimalis. Studio ini didirikan oleh I Kadek Sutawa, S.Ds. di Jalan Narakesuma No. 5E, Denpasar sejak tahun 2017. Badroom Studio memiliki visi untuk membantu UMKM dalam memasarkan produk maupun jasanya melalui visual yang menarik sehingga mampu meningkatkan nilai jual kepada konsumen. Dengan adanya jaringan yang cukup luas di bidang usahanya serta strategi yang baik dalam hal promosi, menjadi pertimbangan penulis untuk melaksanakan magang/praktik kerja di Badroom Studio.

Melalui pelaksanaan magang/praktik kerja ini, dapat mengajarkan mahasiswa mengenai manajemen proyek dari Badroom Studio serta mengerjakan desain *real projects*, yang salah satunya yaitu merancang suatu kemasan produk. Menurut Said (2016), kemasan merupakan suatu wadah atau pembungkus untuk melindungi sekaligus menjaga kualitas produk, baik itu pada saat penyimpanan, pendistribusian, maupun ketika dipajang pada etalase toko atau swalayan. Hal tersebut membuat suatu produk dapat bersaing dengan kompetitor, sehingga akan berdampak pada peningkatan penjualan produk. Pada jurnal DESKOVI: Art and Design yang ditulis oleh Waamilus Sholikatin dengan judul “Perancangan Kemasan Produk Kripik Makaroni Spiral Makeci”, menyebutkan bahwa sebuah produk yang baik tidak hanya dinilai dari rasanya, tetapi juga mampu memperlihatkan kemasan dengan bahan yang baik untuk menjaga produk dan divisualisasikan secara menarik sehingga mampu meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk yang dijual (Sholikatin, 2019).

Ramayana Bakery merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai jenis roti yang sudah berdiri dan dikenal sejak tahun 1980. Persaingan produk pangan semakin kompetitif, membuat Ramayana Bakery harus meningkatkan pelayanan

serta kualitas produknya agar dapat dilirik oleh calon konsumen. Popularitas menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat pembeli, seperti halnya Ramayana Bakery yang sudah dikenal sejak dulu dibanding kompetitornya. Terlepas dari hal tersebut, kemasan juga berperan penting sebagai daya tarik produk. Selain berfungsi sebagai pembungkus, kemasan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli suatu barang atau produk. Sebelumnya, Ramayana Bakery sudah memiliki desain kemasan, namun pemiliknya, Wilson Istardi, ingin melakukan redesain untuk memperbaharui tampilan kemasan produknya agar dapat bersaing di tengah kemajuan zaman.

Berdasarkan kenyataan di lapangan, produk Roti Lapis Ramayana Bakery memiliki kelemahan pada aspek kemasannya yang dalam hal ini pada kemasannya kurang mencantumkan informasi lebih rinci terhadap produknya. Roti Lapis ini merupakan salah satu produk unggulan dari Ramayana Bakery, namun kemasan produknya tidak mencantumkan komposisi dan bahkan nama produknya. Pada kemasan hanya menampilkan logo, *brand name* Ramayana Bakery, berat bersih (*netto*), dan nomor izin edar berupa PIRT. Selain itu, penggunaan warna teks pada kemasan yang transparan juga kurang memperhatikan keterbacaan. Kurangnya informasi pendukung pada kemasan akan membuat calon konsumen bertanya-tanya terhadap produk Roti Lapis Ramayana Bakery. Hal ini dapat menambah keraguan calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Dari beberapa kelemahan tersebut, maka perlu dilakukan perancangan ulang kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam merancang suatu kemasan produk. Dalam buku Panduan Pendirian Usaha: Desain Kemasan yang diterbitkan oleh Badan Ekonomi Kreatif, adapun elemen-elemen yang harusnya tercantum pada desain kemasan yaitu: logo dan nama produk (*brand name*); komposisi; berat bersih (*netto*); identitas produsen/distributor; label halal; nomor izin edar; tanggal produksi dan kedaluwarsa (Riani & Widyamurti, 2018). Selain itu dalam merancang kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery ini juga memperhatikan klasifikasi kemasan. Menurut Said (2016) pada bukunya yang berjudul “Desain Kemasan”, kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan frekuensi pemakaian dan struktur

sistem kemas. Jenis kemasan berdasarkan frekuensi pemakaian dibagi menjadi: kemasan sekali pakai (*disposable*); kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multi trip*); dan kemasan yang tidak dibuang/dikembalikan (*semi disposable*). Sedangkan kemasan berdasarkan struktur sistem kemas dilihat dari kontak bahan kemasan dengan produk yang dikemasnya, terdiri dari kemasan primer yang bersentuhan langsung dengan produk, kemudian diikuti oleh kemasan sekunder, hingga kemasan tersier.

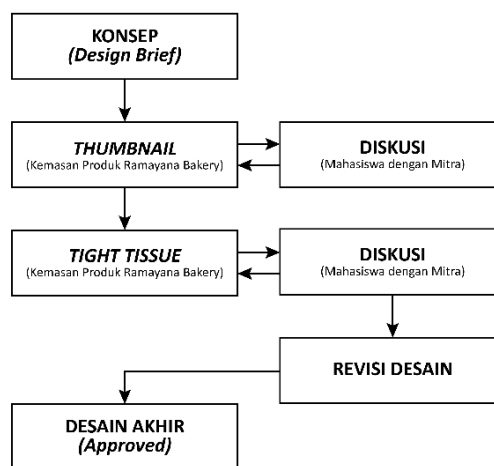
Penelitian dengan judul “Perancangan Kemasan Selai Kaya Mf. Jams Khas Makasar” (2020) yang ditulis oleh Lucky, Andrian, dan Mendy, dapat menjadi pendukung perancangan kemasan produk ini. Hasil penelitian tersebut sama-sama membahas proses dari perancangan kemasan suatu produk. Namun pada penelitian ini, penulis mengangkat produk Roti Lapis Ramayana Bakery sebagai objek dalam melakukan perancangan kemasan produk. Kemasan menjadi salah satu ranah dari media Desain Komunikasi Visual, sehingga pada proses perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery tidak terlepas dari peran bidang Ilmu Desain Komunikasi Visual. Menurut Anggraini (2018), desain komunikasi visual merupakan seni dalam mengomunikasikan pesan dengan menggunakan bahasa visual melalui media berupa desain. Sebagai bagian dari desain komunikasi visual, kemasan memiliki unsur-unsur visual untuk mengomunikasikan produknya. Elemen visual yang kreatif, informatif, dan komunikatif pada kemasan dapat memberi citra positif bagi target pasar atau calon konsumen. Adapun unsur-unsur visual desain komunikasi visual yang dijadikan pertimbangan dalam merancang kemasan terdiri dari ilustrasi, tipografi, warna, layout, dan ukuran.

Berdasarkan uraian di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery di Badroom Studio. Perancangan ulang kemasan Roti Lapis Ramayana ini dilakukan sebagai upaya menunjukkan dan memperjelas identitas produk dari para kompetitor, sehingga dapat membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli atau mengonsumsi produk dari Ramayana Bakery tersebut. Diharapkan pula dengan adanya pembaharuan dari tampilan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery ini, produk mampu bersaing di tengah kemajuan zaman dengan tetap

mempertahankan identitasnya sebagai produk roti jadul yang terkenal sejak tahun 1980.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik itu alamiah maupun rekayasa manusia (Thabroni, 2021). Metode ini digunakan karena dapat menjabarkan proses perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery hingga analisis hasil perancangannya. Untuk mengumpulkan data mengenai proyek desain yang dirancang, akan dilakukan melalui metode wawancara, observasi, partisipan, dan dokumentasi. Sedangkan, teknik perancangan dimulai dari penerimaan *brief* desain dari klien, pembuatan *thumbnail* desain atau sketsa, diskusi ataupun revisi, melanjutkan ke tahap *tight tissue* hingga menghasilkan desain akhir (*approved*) yang diwujudkan melalui *mockup* desain.



Gambar 1. Skema Perancangan Kemasan
(sumber: dokumen pribadi, 2022)


HASIL DAN PEMBAHASAN

Ramayana Bakery

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada tempat pelaksanaan magang/praktik kerja MBKM di Badroom Studio, berikut ini akan dipaparkan sekilas tentang profil usaha dari Ramayana Bakery. Perusahaan Ramayana Bakery adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang pengolahan berbagai jenis roti. Ramayana Bakery ini dimiliki oleh perorangan, dengan kantor

pusatnya berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Pabrik Ramayana Bakery memproduksi lebih dari 500 roti per harinya dan telah memiliki banyak konsumen khususnya di daerah Bali. Pada awalnya Ramayana Bakery ini didirikan di Surabaya, namun karena melonjaknya pesanan roti dari Bali, pemilik berniat untuk mendirikan perusahaannya di Bali. Kemudian pada 15 Juni 1979 akhirnya didirikanlah perusahaan Ramayana Bakery di Desa Sempidi, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali.

Tabel 1. Profil Perusahaan Ramayana Bakery

Profil Perusahaan	
Logo Perusahaan	
Nama Perusahaan	Ramayana Bakery
Nama Pemilik Usaha	Wilson Istardi
Alamat Perusahaan	Desa Sempidi, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali
Produk Perusahaan	Berbagai macam roti
Harga Produk	Rp 1.000 hingga Rp 3.000 per satuan produk

Adapun salah satu kemasan produk Ramayana Bakery yang akan dirancang yaitu Roti Lapis Ramayana. Roti Lapis ini terdiri dari dua varian rasa yaitu pandan dan vanilla. Produk Roti Lapis ini terdiri dari dua lapis roti yang di dalamnya terdapat lapisan krim rasa pandan/vanilla. Bahan kemasan yang digunakan adalah plastik transparan, dengan ukuran 12,5 cm × 25 cm. Adapun elemen-elemen kemasan yang terdapat pada kemasan roti lapis pandan maupun lapis vanilla ini, yaitu:

1. Logo Ramayana Bakery
2. Berat Bersih: 40 gram
3. Nomor Izin Edar (PIRT): 2065183010092-21



Gambar 2. Kemasan Roti Lapis Pandan (sumber: Ramayana Bakery, 2022)



Gambar 3. Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: Ramayana Bakery, 2022)

Kedua produk Roti Lapis Pandan dan Vanilla tersebut hanya dapat dibedakan melalui warna karena kurangnya informasi yang tertera pada kemasan produknya.

Konsep Perancangan

Penentuan konsep pada perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery ini perlu memperhatikan unsur-unsur desain komunikasi visual untuk menghasilkan kemasan yang baik.

1. Ilustrasi

Ilustrasi menurut Made Westra (Janottama & Putraka, 2017), merupakan gambar yang menyertai suatu tulisan atau media komunikasi lainnya, sebagai pemanis visual halaman pada buku-buku sehingga mampu memperjelas pesan tertulis yang disampaikan. Berdasarkan cara pembuatannya ilustrasi dibagi menjadi: ilustrasi manual; ilustrasi fotografi; dan ilustrasi digital. Pada perancangan ini akan menggunakan ilustrasi fotografi dan ilustrasi digital agar lebih dapat merepresentasikan produk Roti Lapis yang dikemas. Ilustrasi digital akan menggunakan format vektor, yang dimaksudkan agar desain tidak pecah ketika dicetak oleh klien.

2. Tipografi

Menurut Anggraini (2018), tipografi dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu dalam memilih maupun menata huruf sesuai pada tata letak yang tersedia, sehingga dapat memberikan kesan tertentu. Berdasarkan bentuknya, huruf dapat dibagi menjadi serif, sans serif, *script* dan dekoratif. Dalam perancangan ini akan menggunakan jenis huruf serif dan sans serif.

- a. Serif, merupakan jenis huruf yang memiliki kaki atau kait di bagian ujung hurufnya. Jenis huruf serif ini dapat merepresentasikan nuansa tradisional,

resmi, elegan pada suatu desain, serta sering digunakan pada surat resmi, buku-buku, dan surat kabar.



Gambar 4. Contoh Huruf Serif
(sumber: <https://pinterest.com/>, 05/01/2022)

- b. Sans serif, yaitu huruf-huruf yang tidak berkait atau tanpa serif. Sans serif mampu memberi makna kesederhanaan, lugas, dan modern. Jenis huruf ini sangat sesuai untuk sebuah desain bergaya modern.



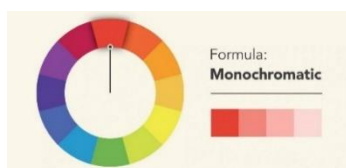
Gambar 5. Contoh Huruf Sans Serif
(sumber: <https://pinterest.com/>, 05/01/2022)

3. Warna

Warna menjadi unsur penting dalam mendesain, karena warna mampu menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan karakter dari bentuk-bentuk visual secara jelas. Berdasarkan dimensinya, warna dapat dibagi menjadi:

- Hue*, yaitu pembagian warna berdasarkan nama-nama warna.
- Value*, yaitu gelap terang suatu warna.
- Intensity*, yaitu kejernihan warna.

Sedangkan, berdasarkan kombinasi keharmonisannya warna dapat dikelompokkan menjadi warna akromatik (hitam putih), warna monokromatik, warna komplementer, dan warna analog. Pada perancangan kemasan ini akan menggunakan kombinasi warna monokromatik dan warna analog.



Gambar 6. Warna Monokromatik
(sumber: <https://letstalk-ad.com/blog/f/kekuatan-warna>, 03/01/2022)



Gambar 7. Warna Analog
(sumber: <https://letstalk-ad.com/blog/f/kekuatan-warna>, 03/01/2022)

Dalam penggunaannya warna dibedakan menjadi dua, yaitu:

- RGB (*Additive Color*), ditimbulkan karena sinar yang biasanya digunakan pada warna lampu, layar monitor, televisi.
- CMYK (*Subtractive Color*), dibuat menggunakan unsur-unsur tinta atau cat yang biasa digunakan pada proses cetak.

Menurut Psikiater Swiss Carl Gustav Jung, warna adalah bahasa ibu dari alam bawah sadar. Dengan kata lain warna mempengaruhi manusia secara fisiologis dan psikologis tanpa disadari (Sasongko dkk., 2020). Jadi, pada pemilihan warna pada perancangan kemasan ini akan memberikan makna tersendiri sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Tabel 2. Makna Warna/Psikologi Warna

Warna	Makna
Kuning	Dapat meningkatkan konsentrasi, sebagai simbol persahabatan, optimisme, santai dan nyaman, kebahagiaan.
Biru	Warna yang berasosiasi dengan alam sebagai simbol keharmonisan, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.
Merah	Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrem. Dapat memberi kesan berani, semangat, penuh percaya diri, gairah, kekuatan, serta vitalitas.
Hijau	Warna yang merepresentasikan alam, kehidupan dan simbol fertilitas, sehat, natural.
Coklat	Warna netral yang cenderung natural, hangat, membumi dan stabil, memberi kesan anggun, serta kesejahteraan.
Putih	Dapat memberi makna keaslian, kemurnian, kesucian, sederhana, polos, suasana damai dan bersih.
Hitam	Warna yang kuat dan penuh percaya diri, maskulin, elegan, dan misterius.

4. Layout

Layout menjadi elemen yang terakhir dan sangat penting, di mana seorang desainer dituntut untuk dapat mengolah ruang kosong pada suatu bidang untuk dijadikan media desain yang baik. Sehingga desain tersebut tidak membuat pembaca atau *audiens* menjadi cepat lelah atau bahkan kebingungan ketika melihat suatu karya desain dikarenakan tata letaknya yang kurang bagus (tidak nyaman untuk dipandang). Layout adalah penataan atau penempatan elemen-elemen dalam sebuah bidang untuk mendukung konten atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2020).

5. Ukuran

Ukuran media yang akan di gunakan dalam desain menggunakan satuan centimeter (cm) dengan tujuan untuk memudahkan proses perhitungan ukuran media desain komunikasi visual yang dirancang.

Konsep perancangan kemasan Ramayana Bakery disesuaikan dengan brief desain yang diberikan oleh klien. Ramayana Bakery adalah sebuah perusahaan roti yang telah berdiri sejak 1980, perusahaan ini sudah melegenda hampir 4 dekade lebih. Sebagai sebuah produk roti yang sudah ada sejak 1980-an, pihak klien Ramayana Bakery ingin membuat desain kemasan bernuansa jadul, yaitu dengan konsep “*the good old days*”. Untuk merepresentasikan konsep “*the good old days*” tersebut, warna yang akan diaplikasikan pada desain kemasan produk Roti Lapis Ramayana Bakery terdiri dari warna-warna retro yang terang dan tentunya dengan memperhatikan varian rasa dari Roti Lapis itu sendiri. Retro merupakan budaya yang sudah lama ada atau dapat juga menggambarkan tren yang dikenal dari masa lalu, tepatnya di tahun 90-an (Fathurrohman, 2020).

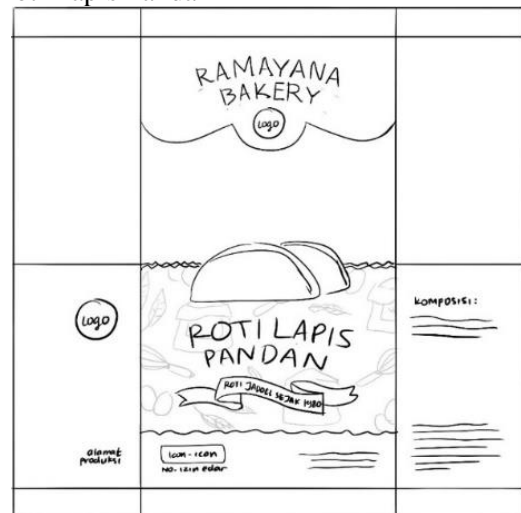
Jenis huruf yang digunakan berupa huruf serif yang memberi kesan lama/tradisional/jadul, dengan gabungan huruf sans serif sebagai cerminan menuju dunia modern. Ilustrasi yang diaplikasikan pada desain kemasan adalah berupa ilustrasi digital dengan tipe *outline* diarsir sehingga memberi kesan jadul, serta berupa ilustrasi fotografi untuk memperjelas tampilan produk yang dikemas. Adapun bentuk atau ukuran dan bahan dari kemasan produk Ramayana Bakery yang akan dirancang, menyesuaikan dengan desain kemasan sebelumnya. Melalui konsep ini dimaksudkan

dapat menampilkan kesan yang baik secara *layouting*, *typography* serta pemilihan warna warna yang relatif ceria untuk lebih mewarnai hari-hari konsumen tanpa menghilangkan kesan nostalgia di dalamnya.

Thumbnail Desain Kemasan

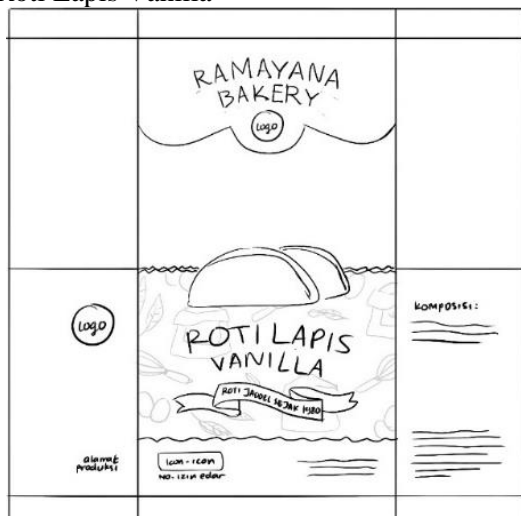
Thumbnail merupakan hasil dari brainstorming konsep-konsep pada perancangan media, yang dalam hal ini adalah kemasan Ramayana Bakery. *Thumbnail* adalah pencatatan ide-ide ke dalam bentuk visual atau berupa sketsa desain (Ningsih dkk., 2021). Berikut adalah *thumbnail* dari kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery.

1. Roti Lapis Pandan



Gambar 4. Thumbnail Kemasan Roti Lapis Pandan (sumber: dokumen pribadi, 2021)

2. Roti Lapis Vanilla

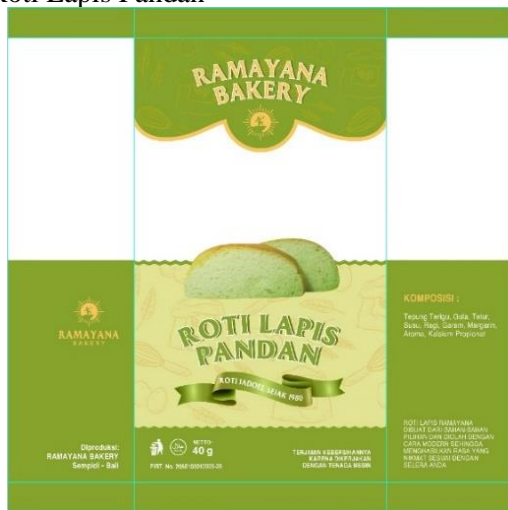


Gambar 5. Thumbnail Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2021)

Tight Tissue Desain Kemasan

Tight tissue merupakan suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer yang akan dipresentasikan kepada klien yang terlihat sama persis dengan desain akhir (Ningsih dkk., 2021). *Tight tissue* disebut juga sebagai sebuah jawaban atau solusi terhadap masalah desain yang dihadapi. Berikut adalah *tight tissue* dari desain kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery.

1. Roti Lapis Pandan



Gambar 6. *Tight tissue* Kemasan Roti Lapis Pandan (sumber: dokumen pribadi, 2021)

2. Roti Lapis Vanilla



Gambar 7. *Tight tissue* Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2021)

Desain Akhir Kemasan

Adapun desain akhir dari kemasan produk Roti Lapis Ramayana Bakery akan diwujudkan ke dalam bentuk *mockup* desain kemasan *disposable* dengan bahan plastik.

1. Roti Lapis Pandan

Sebelum dilakukan perancangan, kemasan Roti Lapis Pandan dari Ramayana Bakery hanya mencantumkan logo, berat bersih, dan nomor izin edar (PIRT). Tentu hal ini sangat kurang sesuai dengan teori elemen-elemen desain kemasan. Kemudian dalam perancangan ini, pada kemasan Roti Lapis Pandan perlu ditambah *brand name*, komposisi, alamat produksi, dan elemen-elemen desain kemasan lainnya. Selain itu pada perancangan kemasan ini juga berdasarkan pada unsur-unsur desain komunikasi visual.



Gambar 8. Kemasan Roti Lapis Pandan (sumber: dokumen pribadi, 2022)

a. Ilustrasi

Kemasan Roti Lapis Pandan dari Ramayana Bakery menggunakan ilustrasi digital dan ilustrasi fotografi. Ilustrasi digital pada ilustrasi yang ada pada kemasan produk Ramayana Bakery divisualisasikan dalam bentuk *pattern* atau motif. Ilustrasinya dibuat dengan gaya *outline* yang diarsir untuk merepresentasikan konsep "the good old days" atau nuansa jadul. Pada *pattern* tersebut terdapat ilustrasi yang mewakili komposisi atau bahan-bahan yang digunakan untuk membuat roti, seperti tepung, gandum, dan telur. Selain itu terdapat pula ilustrasi *whisker* sebagai representasi alat dalam pembuatan roti. Selain ilustrasi digital, terdapat juga ilustrasi fotografi berupa foto *close-up* produk roti Ramayana Bakery. Penggunaan ilustrasi fotografi ini bertujuan untuk memperjelas visual dari produk yang dikemas. Walaupun pada kemasan terdapat bagian yang transparan, namun keseluruhan bentuk dari produk

Roti Lapis Pandan tersebut tidak terlihat. Dalam hal ini, ilustrasi fotografi berperan penting menampilkan keseluruhan bentuk roti tersebut, sehingga konsumen dapat mengetahuinya tanpa harus membeli atau membuka kemasannya.



Gambar 9. Ilustrasi Digital pada Kemasan Roti Lapis Pandan
(sumber: dokumen pribadi, 2021)



Gambar 10. Ilustrasi Fotografi pada Kemasan Roti Lapis Pandan
(sumber: dokumen pribadi, 2021)

b. Tipografi

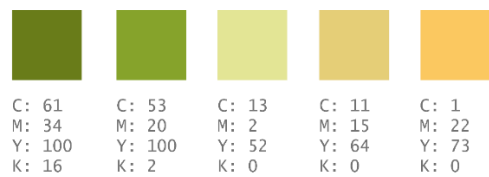
Tipe huruf yang digunakan pada desain kemasan Roti Lapis Pandan dari Ramayana Bakery adalah serif dan sans serif. Penggunaan tipe huruf serif bertujuan untuk memberi kesan tradisional atau jadul, sesuai dengan konsep “*the good old days*” tersebut. Kemudian tipe huruf sans serif dimaksudkan dapat memberi kesan modern sehingga diharapkan nuansa jadul masih bisa dinikmati seiring dengan perkembangan zaman saat ini (*the good old days*). Huruf pada *brand name* dan kateogri produk dibuat dengan menambahkan *stokes* dan *drop shadow* untuk memperjelas keterbacaannya.

**ROTI LAPIS
PANDAN**

Gambar 11. Tipografi pada Kemasan Roti Lapis Pandan
(sumber: dokumen pribadi, 2021)

c. Warna

Pada perancangan kemasan Roti Lapis Pandan dari Ramayana Bakery ini menggunakan warna-warna analog dari hijau ke kuning. Adapun warna hijau pada desain kemasan diambil dari warna pandan yang merupakan varian rasa dari roti lapis Ramayana Bakery ini. Selain itu warna hijau juga diambil dari warna dari produk Roti Lapis Pandan itu sendiri. Kemasan yang didominasi dengan warna hijau ini dimaksudkan agar konsumen menjadi lebih mudah mengenali varian rasa dari Roti Lapis Pandan tersebut. Adapun warna hijau yang dipilih bervariasi, yaitu berupa warna hijau monokromatik. Kemudian warna kuning merupakan warna yang diambil dari logo Ramayana Bakery agar dapat merepresentasikan identitas dari produk. Di samping itu, kuning juga dapat memberi kesan santai dan diharapkan konsumen menjadi nyaman ketika bernostalgia menikmati rasa roti lapis ini.



Gambar 12. Palet Warna pada Kemasan Roti Lapis Pandan
(sumber: dokumen pribadi, 2022)

Adapun palet warna di atas merupakan warna CMYK pada komputer, di mana warna CMYK tersebut ditujukan untuk desain yang akan dicetak yang dalam hal ini desain kemasan Roti Lapis Pandan akan dicetak langsung oleh pihak klien.

d. Layout

Kemasan Roti Lapis Pandan dari Ramayana Bakery menggunakan layout dengan rata tengah. *Brand name*, logo, dan nama atau jenis produk terletak di tengah-tengah desain kemasan Roti Lapis Pandan. Kemudian terdapat pula ilustrasi pita berisi *tagline* “roti jadoel sejak 1980” juga diletakkan di tengah, tepat di bawah nama atau jenis produk. Pada bagian tepi bawah, terdapat elemen-elemen desain kemasan meliputi: label halal, ikon untuk membuang sampah kemasan pada

tempatnya, *netto*, nomor izin edar (PIRT), dan slogan. Sedangkan di bagian belakang kemasan terdapat logo Ramayana Bakery, komposisi, deskripsi, dan alamat produksi. Untuk keterangan masa kedaluwarsa akan dicap/stempel langsung di bagian belakang desain kemasan.

e. Ukuran

Adapun ukuran dari kemasan Roti Lapis Padan menyesuaikan ukuran kemasan sebelumnya, yaitu 12,5 cm × 25 cm.

2. Roti Lapis Vanilla



Gambar 13. Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2022)

Sama halnya dengan varian Pandan, sebelum dilakukan perancangan kemasan Roti Lapis Vanilla dari Ramayana Bakery hanya mencantumkan logo, berat bersih, dan nomor izin edar (PIRT). Tentu hal ini sangat kurang sesuai dengan teori elemen-elemen desain kemasan. Kemudian dalam perancangan ini, pada kemasan Roti Lapis Vanilla perlu ditambah *brand name*, komposisi, alamat produksi, dan elemen-elemen desain kemasan lainnya. Selain itu pada perancangan kemasan ini juga berdasarkan pada unsur-unsur desain komunikasi visual sebagai berikut ini.

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada kemasan Roti Lapis Vanilla adalah ilustrasi digital dan juga ilustrasi fotografi. Sama seperti pada desain kemasan Roti Lapis Pandan memvisualisasikan ilustrasi *pattern* berupa hal-hal terkait dengan pembuatan roti, serta ilustrasi fotografi yang menampilkan *close-up* foto roti. Selain merepresentasikan alat dan bahan

pembuatan roti, dengan adanya ilustrasi fotografi ini diharapkan konsumen dapat mengetahui bentuk asli dari produk Roti Lapis Vanilla tersebut. Sehingga akan mempengaruhi keputusan calon konsumen agar lebih yakin untuk membeli produk Roti Lapis Ramayana Bakery.



Gambar 14. Ilustrasi Digital pada Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2021)



Gambar 15. Ilustrasi Fotografi pada Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2021)

b. Tipografi

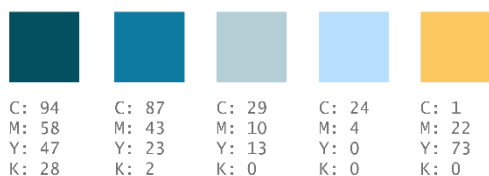
Sesuai dengan konsep perancangan “*the good old days*”, penggunaan huruf serif pada kemasan Roti Lapis Vanilla dari Ramayana Bakery ini bertujuan untuk memberi kesan jadul atau nostalgia. Sedangkan tipe huruf sans serif pada kemasan dimaksudkan dapat merepresentasikan masa modern saat ini agar sesuatu yang jadul masih dapat diterima di tengah kemajuan zaman saat ini. Penambahan *strokes* dan *drop shadow* pada *brand name* dan nama atau jenis produk bertujuan untuk memperjelas keterbacaan teks.



Gambar 16. Tipografi pada Kemasan Roti Lapis Vanilla (sumber: dokumen pribadi, 2021)

c. Warna

Pada kemasan Roti Lapis Vanilla ini didominasi oleh warna biru. Pemilihan warna biru untuk varian rasa vanilla dikarenakan warna biru terlihat lebih menarik dan juga dapat memberi nuansa tenang. Berbeda halnya dengan warna asli vanilla, yaitu putih cenderung krem, jika diaplikasikan sebagai warna kemasan menjadi kurang menarik dan terlihat pudar. Sehingga hal tersebut akan melenceng dari konsep “*the good old days*”. Di samping itu, warna biru banyak diaplikasikan pada kemasan dengan rasa vanilla, contohnya pada susu merek Ultra Milk. Sedangkan warna kuning pada kemasan merupakan representasi warna dari logonya.



Gambar 17. Palet Warna pada Kemasan Roti Lapis Vanilla
(sumber: dokumen pribadi, 2022)

Palet warna yang digunakan merupakan warna CMYK pada computer yang ditujukan untuk desain yang akan dicetak.

d. Layout

Seperti halnya dengan layout pada varian pandan, kemasan Roti Lapis Vanilla juga menggunakan layout rata tengah. *Brand name*, logo, *tagline* “roti jadoel sejak 1980”, dan nama atau jenis produk terletak di tengah-tengah desain kemasan Roti Lapis Vanilla. Pada bagian tepi bawah, terdapat elemen-elemen desain kemasan meliputi: label halal, ikon untuk membuang sampah kemasan pada tempatnya, *netto*, nomor izin edar (PIRT), dan slogan. Sedangkan di bagian belakang kemasan terdapat logo, komposisi, deskripsi, dan alamat produksi. Untuk keterangan masa kedaluwarsa akan dicap langsung di bagian belakang kemasan.

e. Ukuran

Adapun ukuran dari kemasan Roti Lapis Padan menyesuaikan ukuran kemasan sebelumnya, yaitu 12,5 cm × 25 cm.

SIMPULAN

Proses perancangan kemasan Roti Lapis Ramayana Bakery di Badroom Studio diawali dengan memahami *brief* desain dari klien, kemudian merencanakan dan merancang konsep kemasan yaitu “*the good old days*”. Pada tahap eksekusi dimulai dari membuat sketsa desain atau *thumbnail* desain kemasan dan dilakukan asistensi ke pihak klien dengan perantara melalui *owner* Badroom Studio. Setelah disetujui, mahasiswa magang dapat melanjutkan desain ke tahap *tight tissue*. Selanjutnya, kembali dilakukan asistensi maupun revisi hingga terbentuklah desain akhir (*approved*) kemasan Roti Lapis Pandan dan Roti Lapis Vanilla dari Ramayana Bakery yang divisualisasikan melalui *mockup* desain kemasan *disposable* dengan bahan plastik.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, Lia, & Kirana. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Untuk Pemula*. Nusa Cendekia.
- Fathurrohman, Y. (2020). *Perancangan Interior Retro Center di Bandung*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3641/>
- Janottama, A., & Putraka, A. (2017). Gaya dan Teknik Perancangan Ilustrasi Tokoh pada Cerita Rakyat Bali. In *Jurnal Hasil Penelitian* (Vol. 5). <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/segarawidya/article/view/189>
- Lomayer, L., Dektisa Hagijanto, A., & Malkisedek, M. H. (2020). *Perancangan Kemasan Selai Kaya Mf. Jams Khas Makassar*. www.perfectpackinginc.com
- Ningsih, Y. A., Agus, E., & Oemar, B. (2021). PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Riani, A., & Widyamurti, N. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Pembuatan Desain Kemasan*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Rustan, S. (2020). *Layout 2020* (2nd ed.). CV. Nulisbuku Jendela Dunia.

Said, A. (2016). *Desain Kemasan*. Badan Penerbit UNM.

Sasongko, M. N., Suyanto, M., Kurniawan, M. P., Humas, B., Klaten, S., & Tengah, J. (2020). ANALISIS KOMBINASI WARNA PADA ANTARMUKA WEBSITE PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN. *Jurnal Teknologi Technoscientia*, 12(2). <http://www.klatenkab.go.id>

Sholikatin, W. (2019). *PERANCANGAN KEMASAN PRODUK KRIPIK MAKRONI SPIRAL MAKECI*. 2(2). <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/deskovi/article/view/517>

Thabroni, G. (2021). *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam*. <https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif/>