

## Pengembangan Desain Kemasan Jamu.....

**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN JAMU DAYANG SUMBI****Eka Aprilia Fitriana**S1 Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
eka\_apriliasaja@yahoo.com**Eko A. B. Oemar**

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

**Asidigisianti S. P**

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

**Abstrak**

Pengembangan desain kemasan ini bertujuan untuk menghasilkan konsep desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan produk Jamu Dayang Sumbi. Perancangan yang terbentuk nantinya berupa desain kemasan Jamu Dayang Sumbi dengan material karton lipat. Pengembangan ini menggunakan model perancangan prosedural atau model perancangan yang bersifat deskriptif. Perancang melakukan langkah-langkah yang ditempuh melalui proses 3D yaitu Difine, design, dan develop. Hal tersebut meliputi kegiatan identifikasi masalah, analisa dan sintesa serta pengumpulan data, gagasan desain, keputusan desain, tes pengujian, dan produksi. Berdasarkan data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, diketahui bahwa produk Jamu Dayang Sumbi memerlukan media promosi melalui desain kemasan. Untuk mendukung perancangan desain kemasan ini, strategi yang digunakan adalah dengan menginformasikan keunggulan produk yang merupakan obat-obatan alami dari tanaman TOGA yang aman untuk kesehatan, didukung dengan warna dan ilustrasi untuk menarik perhatian masyarakat sasaran. Oleh karena itu agar produk Jamu Dayang Sumbi lebih dikenal oleh masyarakat, maka perlu adanya inovasi dan kreativitas melalui desain-desain kemasan yang baru.

**Kata kunci** : desain kemasan, kemasan jamu Dayang Sumbi

**Abstract**

Development of packaging design aims to generate attractive packaging design concept and according to the needs of Dayang Sumbi Herbal products. The design will be formed packaging design Herbal Dayang Sumbi with folding carton material. The development of the model using procedural design or descriptive model of the design. The designer did the steps taken by the 3D process is difine, design, and develop. It involves identifying the problem, as well as the analysis and synthesis of data collection, design ideas, design decisions, test test, and production. Based on the data collected, either through observation, interviews and documentation, it is known that Dayang Sumbi Herbal products require media promotion through packaging design. To support the design of the packaging design, the strategy used was to inform product advantages which are natural medicines from plants TOGA safe for health, supported by color and illustrations to attract the attention of the target communities. Therefore, in order Herbal products Dayang Sumbi better known by the public, hence the need for innovation and creativity through designs new packaging.

**Keywords**: packaging design, herbs Dayang Sumbi packaging

**PENDAHULUAN**

Dunia desain begitu banyak jenisnya misalnya desain logo, desain web, desain interior eksterior, desain kemasan dan banyak lagi desain-desain yang lainnya. Rand (dalam Armstrong, 2010:66) menyatakan bahwa desain dapat juga diartikan sebagai sebuah alat strategi yang ampuh yang dapat digunakan perusahaan untuk

mendapatkan keuntungan yang sinambung. Pengemasan adalah kegiatan menciptakan bungkus yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang secara langsung dapat mengkomunikasikan brand dan nilai produk pada saat penjualan. Sejarah desain kemasan dipengaruhi oleh perubahan budaya manusia. Pertumbuhan zaman menuntut desainer untuk lebih kreatif dalam menciptakan kemasan-kemasan produk yang mampu melindungi, menyimpan dan sebagai alat distribusi yang efektif,

bahkan para desainer harus mampu menciptakan desain kemasan yang mampu mengkomunikasikan isi produk secara visual.

Pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu produk agar mempunyai bentuk bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi. (Klimchuk Krasorvec, 2008:1).

Salah satu produk yang memanfaatkan kemasan secara optimal adalah jamu. Jamu adalah sebutan bagi racikan obat tradisional yang digunakan sebagai pengobatan tradisional yang memanfaatkan alam sekitar sebagai sarana pengobatan. Penggunaan bahan-bahan alami yang terdapat pada jamu sepenuhnya memanfaatkan kekayaan hayati karenanya banyak dari konsumen yang masih mempercayakan untuk mengkonsumsi jamu layaknya obat-obatan modern yang banyak dijual di pasaran.

Dayang Sumbi merupakan salah satu merek jamu yang berkembang sejak tahun 1993 dan resmi menjadi sebuah perusahaan sejak tahun 2000 dibawah pimpinan Prof. Dr (HC). H. Wahid Isnandar dan istrinya Hj. Popon Rosidah, awalnya Jamu Dayang Sumbi berkembang dari mulut ke mulut. Bukan hanya jamunya yang ternyata ampuh untuk mengobati berbagai penyakit berat namun koleksi tanaman dan penataan kebun TOGA (Tanaman Obat Keluarga) yang baik membuat banyak orang tertarik untuk berkunjung. Jamu Dayang Sumbi mempunyai kebun seluas 11,5 Ha yang digunakan sebagai bahan untuk mensuplai kebutuhan bahan baku produksi jamu, sebagian diperuntukkan bagi pengunjung dan penelitian.

Pada saat ini jenis produk jamu yang telah diproduksi oleh perusahaan Jamu Dayang Sumbi beraneka ragam, dari jamu untuk penyakit dalam maupun jamu untuk merawat kecantikan. Kemasannya berbeda-beda di setiap produknya, ada yang dikemas dalam bentuk botol (produk yang tergolong dalam sirup ekstrak), dalam bentuk kaleng plastik (produk jenis krim), dan dalam bentuk kardus (produk jenis serbuk). Peneliti mengidentifikasi bagaimana desain kemasan yang sudah ada hingga peneliti mengetahui bahwa perusahaan jamu Dayang Sumbi sebenarnya memiliki karakter atau *image* yang sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat yaitu *image* dari kisah cerita rakyat Jawa Barat tentang terjadinya gunung tangkuban perahu yang menginspirasi pemilik perusahaan untuk memakai nama Dayang Sumbi sebagai nama perusahaannya, *image* ini dapat digunakan dalam ilustrasi desain kemasan untuk membentuk identitas perusahaan atau simbol yang lebih mudah dikenali oleh masyarakat, hal ini tentunya akan membantu perusahaan dalam hal promosi. Pendapat peneliti tentang karakter Dayang Sumbi disetujui oleh pihak perusahaan Dayang Sumbi didukung oleh pendapat beberapa konsumen yang berpendapat serupa dengan peneliti.

Dari sekian jenis kemasan produk Jamu Dayang Sumbi peneliti menawarkan pada perusahaan untuk membuat perancangan desain baru atau alternatif desain untuk jenis kemasan kardus dengan menggunakan konsep baru yang akan memunculkan karakter Dayang Sumbi, dengan proses perancangan menggunakan proses digital dan olah desain.

Pengetahuan tentang prinsip dasar desain tentunya sangat dibutuhkan dalam merancang sebuah desain menurut Klimchuk dan Krasorvec (2008:79) pengetahuan tentang prinsip dasar desain dua dimensi atau dua matra adalah komponen penting bagi setiap tugas penyelesaian masalah visual. Prinsip dasar desain, sebagaimana terkait dengan penggunaan elemen-elemen desain seperti garis, bentuk, warna dan tekstur, menyediakan panduan yang membentuk komunikasi visual dan kemampuan untuk bermanuver dalam proses desain kemasan.

Menurut Oemar (2006:1) Desain dua matra dapat dipahami sebagai rancangan karya visual atau rupa yang mempunyai dua matra atau dua dimensi yang terdiri dari dimensi memanjang dan melebar. Perancangan karya desain dua matra merupakan pengorganisasian unsur-unsur visual dua matra dengan komposisi yang harmonis, sebagai landasan dalam kegiatan apresiasi dan penciptaan karya seni rupa dua matra. Desain dua dimensi dimulai dari suatu pemahaman mengenai tata letak, yaitu susunan elemen-elemen desain yang memiliki tujuan untuk membentuk komunikasi visual.

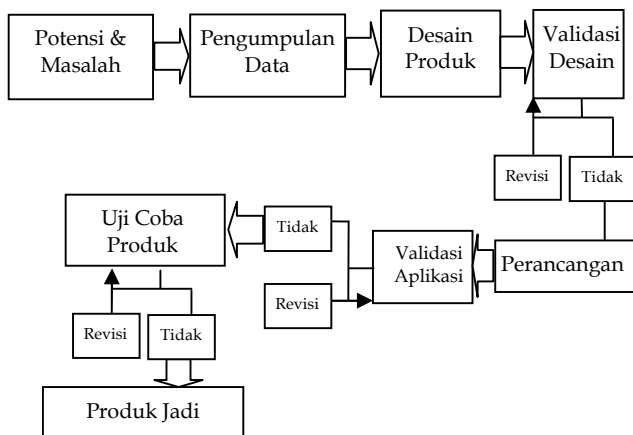
Pengembangan desain kemasan pada Jamu Dayang Sumbi diharapkan dapat memberikan kesan yang lebih segar dengan menampilkan karakter Dayang Sumbi serta konsep budaya lokal Mojokerto serta sebagai pertimbangan perusahaan dalam desain kemasan jamu Dayang Sumbi selanjutnya.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode define, desain, develop dengan jenis penelitian *Research and Development* (R&D yaitu menguraikan permasalahan pada desain kemasan jamu Dayang Sumbi secara cermat dan teliti berdasarkan fakta-fakta yang ada dilapangan. Dalam penelitian ini peneliti meninjau dan mengembangkan satu jenis kemasan produk jamu saja yaitu jenis kemasan karton lipat. Visualisasi gambar yang digunakan, makna tipografi yang digunakan, proses dan hasil penciptaan desain kemasan baru menggunakan desain kemasan jamu yang lama sebagai acuan serta makna nama perusahaan sebagai gagasannya.

Dengan demikian, laporan penelitian ini berisi data-data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Melalui penelitian ini akan dikaji tentang makna desain kemasan pada kemasan jamu Dayang Sumbi serta makna Dayang Sumbi sendiri sebagai nama perusahaan sebagai ide penciptaan desain kemasan yang baru. Data yang diambil berasal dari catatan lapangan, foto, wawancara, dan beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini berlokasi di Pusat/ Rumah produksi jamu Dayang Sumbi yaitu di Desa Sambilawang Kecamatan Dlanggu Mojokerto. Lokasi pemilihan tempat ini dilakukan atas dasar pertimbangan karena Desa Sambilawang Kecamatan Dlanggu adalah rumah produksi jamu Dayang Sumbi yang menjadi tempat produksi sekaligus tempat packing atau pengemasan jamu Dayang Sumbi, sedangkan lokasi perancangan desain dilakukan di Surabaya



Bagan Bagan 1.1

Langkah-langkah Penelitian Proses Penciptaan Kemasan Jamu Dayang Sumbi setelah memodifikasi R & D menurut Sugiyono

Bagan di atas menjelaskan tentang langkah kerja yang dilakukan peneliti, langkah kerja ini diadaptasi dari langkah kerja R&D milik Sugiyono (2006: 335).

Pada langkah kerja tersebut dijelaskan potensi dan masalah sebagai berikut. Kurangnya inovasi yang dilakukan terhadap desain kemasan yang sudah ada, serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya peran desain pada kemasan suatu produk yang dapat menunjang nilai penjualan. Setelah diketahui potensi dan masalah dari desain kemasan jamu Dayang Sumbi maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data. Data-data dalam penelitian didapatkan melalui sampel foto desain kemasan jamu yang beredar di pasaran serta sampel kemasan jamu dari perusahaan jamu Dayang Sumbi.

Setelah pengumpulan data maka dilakukan Desain Produk; Ide didapat dari nama perusahaan dan seluk beluk jamu sebagai minuman tradisional yang menyehatkan dan mempunyai khasiat untuk menyembuhkan.

Desain yang baru dibuat dengan menggunakan desain yang sudah ada sebagai acuan jadi tidak menghilangkan ciri desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang sudah ada. Ciri khas dari desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang sudah ada yaitu menggunakan warna hijau, kuning dan oranye. Desain baru yang telah dibuat kemudian diwujudkan dalam bentuk gambar yang dicetak di atas kertas agar mudah dipahami dan dinilai oleh validator.

Setelah desain selesai divalidasi maka dilakukan proses selanjutnya yaitu proses digital, desain yang dibuat dalam bentuk thumbnail diproses dengan komputer menggunakan software Paint Tool SAI, Coreldraw, dan Photoshop kemudian setelah desain dalam bentuk digital sudah jadi proses selanjutnya yaitu mencetak desain. Setelah desain dicetak kemudian desain divalidasi oleh ahli aplikasi yaitu 3 dosen, 1 orang pihak jamu Dayang Sumbi dan 1 desainer grafis dari PT. Siantartop. Penilaian ini terdiri dari segi efektifitas font, ilustrasi, warna dan komposisi susunan desain, kemudian

setelah diberi saran dan kritik oleh validator, peneliti memperbaiki desain untuk selanjutnya di uji coba produk kepada 10 konsumen. Setelah desain melalui beberapa proses uji coba menghasilkan desain final kemasan jamu Dayang Sumbi yang baru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1

Bagian Depan dan Belakang kemasan jamu Dayang Sumbi jenis Jenis Seduh Berat 300 g

Desain kemasan jamu Dayang Sumbi bagian depan dan belakang sama. Desain kemasan jamu Dayang Sumbi bagian depan didominasi warna hijau gradasi. Ilustrasi yang digunakan menggunakan teknik vector, menampilkan tanaman toga dari jenis pegagan dan jati belanda. Logotype dari brand Dayang Sumbi berada diposisi tengah atas. Nama produk berada di bagian atas dibawah logotype Dayang Sumbi dengan tipografi yang cukup besar dan mudah untuk dibaca. Kemasan berbentuk kotak dengan ukuran 8cm x 11cm x 5cm. informasi tentang berat jenis berada di bagian depan bawah, serta nomer keterangan dari BPOM dan HM : IGM berada di bagian samping kanan. Informasi tentang komposisi terdapat pada bagian samping kiri kemasan. Logo dan alamat perusahaan terdapat di bagian kanan kemasan. Berikut ini adalah hasil dari analisis formal kemasan jamu dayang sumbi :

Tabel 1. analisis formal kemasan jamu Dayang Sumbi

Kemasan Jamu Dayang Sumbi
---------------------------



<p>Panel Depan dan belakang  <i>Logotype</i> Dayang Sumbi menggunakan jenis font <i>Sans serif</i> yaitu jenis font yang tidak memiliki kait atau kaki, Nama Produk, TagLine pada teks "RAMUAN ALAMI BERKHASIAH NYATA", teks "TOGA" serta "TANPA BAHAN PENGAWET" menggunakan jenis font <i>Sans Serif</i> sedangkan teks "dari" menggunakan jenis font <i>Script</i> atau huruf tulis, dan pada</p>	
<p>Panel Atas</p>	
<p>Panel Bawah</p>	
<p>Struktur Kemasan</p>	
<p>Panel Samping (kanan-kiri)                  Alamat produsen Nomor POM (Pengawasan Obat dan Makanan) Tanpa Bahan Pengawet, Teks pada Komposisi, Teks pada Khasiat &amp; Kegunaan, Teks pada Cara Pemakaian, Teks pada Pantangan, Teks pada Anjuran, Teks pada Anjuran Penyimpanan, Teks pada Kode Produksi, Teks pada Tanggal Kadaluarsa, menggunakan jenis font <i>Sans Serif</i></p>	

Setelah melakukan analisis deskriptif dan analisis formal terhadap desain kemasan jamu Dayang Sumbi tahap selanjutnya adalah mencari prosentase perbandingan desain kemasan jamu Dayang Sumbi dengan 2 sampel desain kemasan pesaingnya yang menghasilkan data sebagai berikut :



Gambar 2

Desain kemasan jamu Dayang Sumbi dibandingkan dengan 2 pesaingnya

Dari aspek warna, desain kemasan jamu Dayang Sumbi cukup menarik dibandingkan dengan warna desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto maupun

jamu yang telah dipasarkan secara nasional, hanya saja warna desain kemasan jamu Dayang Sumbi kurang cerah sehingga terlihat kurang menarik secara visual. Dari aspek struktur fisik atau bentuk kemasan, memiliki bentuk sama yaitu balok, namun responden berpendapat bahwa desain kemasan jamu Dayang Sumbi kurang menarik dibandingkan dengan bentuk desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Hal ini dikarenakan kemasan jamu Dayang Sumbi hanya terdiri dari 2 kemasan saja yaitu kemasan primer dari karton lipat serta kemasan sekunder dari satu kemasan plastik krep ukuran 300gr. Berbeda dengan kompetitornya yang terdiri dari kemasan primer dari karton lipat serta kemasan sekundernya yang terdiri dari beberapa saset plastik aluminium foil yang terkesan praktis sesuai takaran yang telah ditentukan.

Dari aspek ilustrasi, desain kemasan jamu Dayang Sumbi cukup menarik dibandingkan dengan ilustrasi desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Ilustrasi tanaman Toga pada kemasan jamu Dayang Sumbi dinilai lebih alami dan khas. Namun dibandingkan dengan kompetitornya yang menggunakan ilustrasi yang sudah umum yaitu ilustrasi orang atau yang menyerupai orang dengan bentuk visual yang menggambarkan kegunaan jamu, jamu dayang Sumbi dinilai memiliki karakter lain yang berbeda dengan kompetitornya.

Dari aspek tipografi, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat menarik dibandingkan dengan tipografi desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Konsumen menilai bahwa *logotype* Dayang Sumbi mempunyai keterbacaan yang tinggi dan mudah dikenali.

Dari aspek kesesuaian dengan produknya, desain kemasan jamu Dayang Sumbi menggambarkan produknya dengan sangat jelas dibandingkan dengan kompetitornya jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional.

Dari aspek visual, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat menarik dibandingkan dengan visualisasi desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Responden menilai visualisasi desain kemasan jamu Dayang Sumbi berbeda dibandingkan dengan produk jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional, pada desain kemasan jamu Dayang Sumbi komposisi yang digunakan menyediakan banyak ruang kosong (*white space*), sehingga informasi yang disampaikan terlihat kontras dan efisien.

Dari aspek keaslian desain, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat original dibandingkan dengan desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional.

Dari aspek memorable atau mudah diingat, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat mudah diingat dibandingkan dengan desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Hal ini dikarenakan warna yang digunakan, ilustrasi, dan *logotype* jamu Dayang Sumbi mudah dikenali dan dibaca.

Dari aspek ramah lingkungan, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat ramah lingkungan dibandingkan dengan desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Hal ini dikarenakan desain kemasan jamu Dayang Sumbi menggunakan kemasan primer yang terbuat dari karton lipat yang mudah untuk diuraikan serta kemasan sekunder yang hanya terdiri dari satu kemasan plastik saja, dari sisi efisien memang tidak karena konsumen diharuskan untuk menakar sendiri jamunya sesuai aturan pakai jika ingin menggunakannya, berbeda dengan kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional mereka umumnya menggunakan kemasan primer dari karton lipat yang mudah diuraikan dan kemasan sekunder yang terdiri dari beberapa kemasan aluminium foil yang sangat praktis penggunaannya namun sangat tidak ramah lingkungan karena terlalu banyak plastik yang digunakan.

Responden menilai desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat ramah lingkungan dibandingkan dengan desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional.

Dari aspek kompetitif atau bersaing, desain kemasan jamu Dayang Sumbi sangat kompetitif dibandingkan dengan desain kemasan jamu lokal di kabupaten Mojokerto dan jamu yang sudah dijual secara nasional. Responden berpendapat bahwa jika desain kemasan jamu Dayang Sumbi kurang menarik secara visual, maka desain kemasan tersebut tidak kompetitif.

Maka dapat disimpulkan bahwa desain kemasan Dayang Sumbi sudah efektif dalam wilayah pemasaran lokal yaitu di daerah kabupaten Mojokerto dan sekitarnya. Namun untuk pemasaran dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan global peran desain kemasan jamu Dayang Sumbi dinilai kurang efektif.

Berdasarkan hasil dari kuisioner tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan wilayah pemasaran yang semakin luas dan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat produk jamu Dayang Sumbi memerlukan pengembangan desain kemasan.

Setelah mencari prosentase perbandingan dan mendapatkan kesimpulan maka tahap selanjutnya adalah proses pembuatan desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang baru. Desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang baru dibuat mengacu pada desain yang sudah ada namun dengan konsep yang baru.

Pada desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang Baru konsep yang digunakan adalah *traditional culture* dengan pemilihan konsep warna yang sama dengan warna kemasan yang lama, yaitu hijau, kuning dan oranye. Namun warna yang dipilih pada desain kemasan yang baru tidak benar-benar mirip dengan desain yang lama, karena menurut hasil penelitian warna desain yang lama terlalu gelap dan kurang menarik. Dalam pengembangan desain kemasan yang baru peneliti menggunakan warna hijau, kuning dan oranye yang lebih cerah dengan menggunakan pengaturan intensitas hue (ragam/jenis warna), value (gelap terang warna), dan saturation (cerah, suram warna). Hal ini bertujuan agar desain kemasan yang baru memiliki warna yang lebih cerah dan menarik.

Konsep penggunaan warna hijau, kuning dan oranye sesuai konsep desain yang lama yaitu untuk mengkomunikasikan bahwa jamu dayang sumbi terbuat dari ramuan alami dan warna hijau identik dengan warna kesehatan selain itu warna hijau, kuning dan oranye identik dengan warna yang digunakan oleh prajurit kavaleri, dan warna-warna ini adalah warna favorit pemilik perusahaan jamu Dayang Sumbi.

Konsep ilustrasi yang digunakan pada pengembangan desain kemasan jamu Dayang Sumbi adalah perpaduan antara ilustrasi tanaman obat, ilustrasi yang terinspirasi dari budaya lokal kota Mojokerto dan Sidoarjo serta ilustrasi yang menggambarkan Image Dayang Sumbi yang pada umumnya dikenal sebagai sesosok wanita dalam cerita rakyat daerah Jawa Barat.



Gambar 6.  
Ilustrasi rempah-rempah

Ilustrasi tanaman obat dipilih karena tanaman obat merupakan salah satu komoditi perusahaan jamu Dayang Sumbi yang digunakan sebagai bahan baku ataupun sebagai bahan penelitian. Ilustrasi yang terinspirasi dari budaya lokal kota Mojokerto dan Sidoarjo adalah motif batik Rawan Inggek, kalangbret dan motif batik Sidoarjo. Peneliti menggunakan ilustrasi budaya batik dari kota Mojokerto dan Sidoarjo karena perusahaan jamu Dayang Sumbi berkantor pusat di kota Sidoarjo dengan rumah produksi yang berada di kota Mojokerto. Motif batik Rawan Inggek terdiri dari motif flora fauna, flora pada motif rawan inggek terdiri dari bunga, daun dan sulur-sulur sedangkan fauna yang digunakan kebanyakan ilustrasi dari burung atau unggas dan motif batik kalangbret terdiri dari bentuk yang terlihat seperti ujung



bulu ayam. Sama dengan batik khas Sidoarjo yang kebanyakan juga di dominasi oleh flora bunga, daun, dan sulur serta fauna seperti unggas, ikan bandeng, ataupun udang.



Gambar 7.

Ilustrasi Batik

<http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/300> dan  
<http://jawatimuran.wordpress.com/2011/11/01/%E2%80%A2-batik-mojokerto/>

Sedangkan ilustrasi yang menggambarkan sosok Dayang Sumbi peneliti terinspirasi dari penjelasan salah seorang karyawan serta penjelasan di buku sejarah berdirinya Dayang Sumbi yang menjelaskan asal usul nama Dayang Sumbi apakah ada kaitannya dengan kisah cerita rakyat daerah Jawa Barat atau hanya sekedar kebetulan dan penjelasan Sena (25 thn) didukung oleh penjelasan yang terdapat di buku perusahaan menunjukkan bahwa nama Dayang Sumbi terinspirasi dari sebuah legenda rakyat yang terkenal, bukan hanya terkenal di daerah asalnya Jawa Barat, tapi sudah menjadi cerita rakyat nusantara, juga dikarenakan Istri Isnandar adalah Trah Banten/ Pasundan serta perjalanan karir pemilik perusahaan jamu Dayang Sumbi yang dimulai dari kota Bandung.

Dayang Sumbi adalah sosok wanita titisan dewa dewi yang saat masih bayi ditemukan oleh Prabu Sungging Purbangkara saat di tengah hutan pada waktu berburu. Dan pada saat itu Prabu Sungging Purbangkara mengangkat bayi yang ditemukannya menjadi anak disaksikan oleh para pengawalnya. Bayi Dayang Sumbi merupakan suatu berkah di tengah kesepian Prabu Sungging Purbangkara dengan sang Istri karena selama ini belum dikaruniai buah hati oleh sang dewa.

Dayang Sumbi tumbuh menjadi seorang putri yang sangat cantik bahkan kecantikannya tidak ada yang mengalahkan bahkan dari teman-teman sebayanya. Kecantikan Dayang Sumbi yang luar biasa tak luntur meski Dayang Sumbi memutuskan untuk menjadi pertapa.

Di tengah hutan yang jauh dari penduduk Dayang Sumbi melakukan segala sesuatu dengan mandiri untuk merawat kesehatan dan kecantikannya Dayang Sumbi sering kali meramu dedaunan dan akar-akaran yang ada di hutan untuk dikonsumsi. Keseimbangan hati, jiwa, dan pikiran serta kesehatan membuatnya awet muda (Syamsuri, 2010:98).



Gambar 8.

Ilustrasi Dayang Sumbi

Penulis menggambarkan sosok Dayang Sumbi menjadi beberapa persepsi diantaranya sebagai seorang putri cantik berambut panjang yang disanggul dengan hiasan mahkota bertahta permata di kepalanya, berbaju khas kerajaan lengkap dengan hiasan lengan berwarna kuning keemasan, kemudian Dayang Sumbi sebagai sosok wanita pertapa di hutan yang cantik, dengan rambut terurai, berkulit kuning langsung yang terawat serta baju yang sederhana.

Selanjutnya tahap visualisasi pengembangan desain kemasan jamu Dayang Sumbi peneliti menggunakan software Corel Draw. Corel Draw merupakan salah satu perangkat lunak pada komputer yang digunakan untuk mengolah gambar-gambar vector.

Perancangan dimulai dari membuat desain kemasan sekunder atau desain kemasan paling luar dari pengembangan desain kemasan jamu Dayang Sumbi. Kemasan sekunder berfungsi sebagai pelindung, mempermudah distribusi dan menambah nilai estetika kemasan.



ambar 3. Alternatif Desain ke 1 Kemasan Sekunder Jamu Dayang Sumbi



Gambar 4. Alternatif Desain ke 2 Kemasan Sekunder Jamu Dayang Sumbi



Gambar 5. Alternatif Desain ke 2 Kemasan Sekunder Jamu Dayang Sumbi

Sedangkan desain stiker digunakan pada salah satu sisi kemasan primer jamu Dayang Sumbi dengan menggunakan desain panel depan dari masing-masing alternative desain dengan ukuran 7 cm x 9 cm, bahan kertas sticker, teknik cetak offset.

Setelah divalidasi oleh validator, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa alternative desain 1 lebih menarik dan layak daripada alternative desain yang lain dengan beberapa perbaikan yang harus dilakukan untuk

menyempurnakan desain. Perbaikan-perbaikan tersebut diantaranya yang disampaikan oleh para validator pada lembar komentar dan saran validasi adalah desain masih banyak persamaan jadi masih butuh perbaikan untuk membedakan, munculkan icon yang lebih menggambarkan identitas produk atau perusahaan sehingga akan berbeda dengan pesaing, perlu diperhatikan tata letak, untuk sebuah produk dengan harga 70 ribu butuh gaya desain yang lebih elegan untuk sasaran pasar tersebut, dengan demikian desain diperbaiki sesuai komentar validator dan desain yang telah diperbaiki sesuai saran validator kemudian diuji coba ke 10 orang konsumen untuk uji kelayakan hingga didapatkan hasil desain final yakni menggunakan alternative desain 1.



Gambar 6. Produk Jadi Kemasan Sekunder Jamu Dayang Sumbi



Gambar 7. Aplikasi Produk Jadi Kemasan Jamu Dayang Sumbi

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang saat ini digunakan atau yang sudah ada jika dibandingkan dengan kompetitor memang masih kompeten namun jika menurut pendapat para konsumen ilustrasi yang digunakan hendaknya jelas daun apa yang digunakan dalam ilustrasi serta warna dan kemasan primer yang kurang cocok jika digunakan untuk produk seharga 70 ribu.

Dengan melihat latar belakang masalah serta menganalisis solusinya maka di dapatkan keputusan yang menjadi awal terbentuknya konsep desain yang baru. Konsep pengembangan desain kemasan jamu Dayang



Sumbi yang baru adalah *traditional culture* yang terinspirasi oleh nama perusahaan yang unik, yang terbentuk melalui proses yang unik dan ide yang unik pula yaitu Dayang Sumbi, yang berasal dari cerita rakyat tradisional Jawa Barat, serta terinspirasi juga dari jamu itu sendiri yang merupakan warisan budaya Indonesia. Konsep *traditional culture* mengambil ide memunculkan sosok Dayang Sumbi yang dikenal dalam cerita rakyat serta unsur budaya Indonesia sebagai wakil dari penggambaran budaya. Unsur kebudayaan yang kini sedang marak adalah budaya membatik, maka batik dimunculkan kedalam konsep sebagai perwakilan budaya Indonesia. Untuk konsep warna, dan tata letak atau layout elemen-elemen informasi peneliti mengacu pada desain yang sudah ada, namun untuk warna peneliti menggunakan pengaturan *huesaturation* pada warnanya agar tampak cerah dan berbeda dengan desain yang lama. Untuk proses perancangan desain kemasan jamu Dayang Sumbi yang baru sesuai konsep peneliti mulai dari pembuatan sketsa hitam putih untuk menentukan gaya desain, mengembangkannya hingga menjadi *thumbnail* untuk membuat *layout* awal kemasan, setelah dilakukan revisi desain kemudian divisualisasi secara digital melalui *software* Corel Draw dan Paint tool Sai.

#### Saran

Untuk memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu desain, khususnya dibidang desain kemasan hendaknya penelitian mengenai pengembangan desain kemasan dapat dilanjutkan oleh penelitian-penelitian selanjutnya guna mendapatkan perkembangan yang signifikan mengenai desain kemasan.

Bagi perusahaan jamu Dayang Sumbi diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dalam meningkatkan kualitas desain kemasan produknya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Helen. 2010. *Graphic Design Theory*. Yogyakarta : ANDI
- Klimchuk dan Krasorvek.2008.*Desain Kemasan Perancang Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Ciracas, Jakarta : Erlangga
- Oemar,Eko A.B.2006. *Desain Dua Matra*. Penerbit : Unesa University Press
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Syamsuri, Maulana. 2008. *Ciung Wanara Dengan Beberapa Cerita Rakyat Jawa Barat*. Surabaya : Pustaka Media