

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KAIN TENUN SLAMET RIADY LOMBOK

Patricia Himawan¹ Ahmad Adib² Ani Wijayanti S.³

^{1,3} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra Surabaya

Email: Lie_xia27@yahoo.com

² Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa,
Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Abstrak

Dewasa ini, fungsi kemasan tidak hanya sekedar untuk mengemas barang namun juga menjadi salah satu faktor pemikat, dan pelindung. Hal ini juga dibutuhkan oleh kain tenun ikat. Kain tenun ikat merupakan produk tradisional jika dikemas dengan baik maka akan lebih menarik, sehingga orang yang membeli juga bisa senang dengan kemasan dan kain tenun ikat yang dikemas sehingga bisa untuk digunakan sendiri juga bisa sebagai oleh-oleh.

Perancangan ini dirancang untuk membuat kemasan kain tenun ikat Slamet Riady yang berfungsi untuk menjadi daya tarik, mempermudah konsumen untuk menjadikan kain tenun ikat sebagai buah tangan.

Kata kunci: Kemasan, Kain tenun, Slamet Riady

Abstract

Title: Design of Packaging Design Fabric Slamet Riady Lombok

Nowdays, the function of packaging is not just to pack a good packaging, but also be a factor to decoy. It is also required by the tenun ikats. tenun ikats is a traditional product if packaged properly it will be more interesting, so that people can buy also pleased with the packaging and Tenun Ikats were packed so that it can directly be used as a gift or use yourself.

This design created to make packaging of ikat Slamet Riady who works for the main attraction, enabling consumers to make ikat fabric as a souvenir.

Keywords: Packaging, Tenun ikats, Slamet Riady

Pendahuluan

Salah satu pulau yang indah di Indonesia adalah pulau Lombok dimana pulau ini memiliki pantai-pantai yang menawan, makanan khas yang menggugah selera, pemandangan alam yang indah dan juga tentunya Kain Tenun khas dari pulau Lombok. Kain tenun merupakan kerajinan yang dihasilkan oleh penduduk asli Lombok yaitu suku sasak. Kain tenun sendiri merupakan produk yang saat ini mulai diminati banyak orang bahkan desainer-desainer banyak mengembangkan kain tenun menjadi baju yang modern dan menawan.

Seiring dengan perkembangan zaman perusahaan perusahaan yang memproduksi kain tenun semakin berkurang bahkan pada saat ini perusahaan yang masih berdiri di pulau Lombok hanya ada satu satunya yaitu perusahaan "Slamet Riady".

Perusahaan Slamet Riady berdiri Tahun 1967. Perusahaan Slamet Riady terletak di jalan tenun no 10, Cakranegara, Lombok. Pada awalnya jalan tenun bernama jalan ukir kawi namun karena disepanjang jalan ukir kawi banyak berdiri perusahaan yang memproduksi kain tenun maka nama jalan ukir kawi akhirnya diubah menjadi jalan tenun.

Perusahaan Slamet Riady merupakan perusahaan keluarga. Ada 2 jenis kain tenun yang diproduksi oleh perusahaan Slamet Riady yaitu kain tenun ikat dan kain tenun songket. Perbedaan nya adalah pada kain tenun songket hasilnya kainnya motifnya timbul, sedangkan kain tenun ikat tidak timbul. Konsumen dari kain tenun pun dari berbagai macam kalangan, dari Turis Mancanegara, Domestik, Pejabat Negara, bahkan perusahaan, kantor, maupun sekolah juga memesan kain tenun untuk dijadikan seragam.

Kain Tenun Slamet Riady masih menggunakan cara tradisional dan masih menggunakan alat tenun bukan mesin karena itu membuat kain ini sangat istimewa dan menunjukkan bahwa kain ini benar-benar khas dari daerah nya. Sedangkan pada saat ini kain-kain tenun pada umumnya menggunakan mesin sehingga hasilnya kurang bagus. Dengan menggunakan alat tenun bukan mesin, kain yang dihasilkan selalu berbeda, dengan kualitas yang tinggi karena dikerjakan secara hati-hati oleh pengrajin.

Kemasan merupakan salah satu faktor yang mencitrakan produk, bagaimana kualitas, dan juga sebagai daya tarik untuk memikat konsumen sehingga membeli produk. Kemasan sangat berperan dalam pemasaran suatu produk yaitu meningkatkan penjualan dengan memikat konsumen dengan tampilannya yang menarik, selain untuk melindungi produk, memikat konsumen juga sebagai media komunikasi dimana dicantumkan informasi tentang produk, misalnya bagaimana cara mencuci kain, produk tersebut terbuat dari apa, dan sebagainya. Kemasan yang eksklusif menjadikan produk yang dikemas menjadi lebih mewah dan istimewa.

Kemasan kain tenun yang digunakan perusahaan kain tenun Slamet Riady pun masih sederhana dan tradisional yaitu berupa karton dengan sablon nama perusahaan. Sehingga masih kurang menarik dan juga kurang sesuai dengan produk yang harga dan kualitasnya yang dapat dikatakan cukup tinggi. Kain tenun juga merupakan oleh-oleh yang khas sehingga membutuhkan kemasan yang layak dan menarik sehingga konsumen tidak perlu lagi mengemas ulang kemasan kain tenun untuk diberikan kepada seseorang.

Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang kemasan kain tenun yang efektif dan menarik
- Bagaimana merancang pendukung kemasan agar kemasan lebih menarik dan unik.

Tujuan Perancangan

- Merancang kemasan kain tenun yang efektif dan menarik
- Merancang pendukung kemasan agar kemasan lebih menarik dan unik.

Manfaat Perancangan

Manfaat bagi Perusahaan :

- Meningkatkan pendapatan dan penjualan perusahaan
- Memuaskan dan mempermudah konsumen untuk mengemas oleh-oleh atau buah tangan untuk diberikan kepada orang lain.

a. Manfaat bagi Perancang :

- Mempelajari dan mendalami ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan
- Menerapkan ilmu yang dipelajari kedalam dunia nyata dan dunia kerja yang sesungguhnya.

b. Manfaat bagi konsumen:

- Mempermudah konsumen untuk memberikan buah tangan yang akan diberikan untuk orang lain karena sudah dikemas dengan bagus.

Metode Perancangan

- Data Primer

Data Primer yang dibutuhkan dalam perancangan desain kemasan kain tenun ini antara lain adalah Data perusahaan yang meliputi nama perusahaan, pengelola, sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, produk yang dipasarkan, cara pengolahan produk, spesifikasi produk, harga jual produk, kelebihan produk, dan potensi perusahaan

Data Primer tersebut dapat diperoleh melalui :

a) Observasi (Pengamatan)

Observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek, dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Observasi dilakukan secara langsung untuk mendapatkan data SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*).

b) Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang memberikan pertanyaan yang telah dirancang untuk memperoleh data dari responden. Responden merupakan pengelola dari perusahaan sehingga data yang didapatkan menjadi akurat dan dapat diterapkan dalam perancangan.

c) Kuisisioner

Metode kuisisioner atau biasa sering disebut sebagai angket merupakan metode mendapatkan data dengan memberikan

sebaran yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis yang mendukung untuk mendapatkan data tertentu yang diinginkan dan diisi oleh responden-responden sesuai dengan target.

- Analisis Data

Menggunakan pendekatan SWOT, dimana dengan pendekatan tersebut dapat diketahui mengenai kekurangan, kelebihan, acaman dan kesempatan baik Slamet Riady maupun Kompetitornya.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan yang akan dibuat adalah kemasan yang akan digunakan untuk mengemas kain tenun produk dari Perusahaan Slamet Riady dan akan dibuat juga pendukung kemasan sehingga menghasilkan suatu rancangan kemasan yang kreatif, unik, dan inovatif

Perancangan yang dibuat haruslah efektif, kreatif, dan komunikatif sehingga dapat mencapai tujuan perancangan.

Tinjauan Kemasan

Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Ada dua alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

Desain kemasan juga memiliki tujuan, dengan tujuan itu desain kemasan dijadikan sebagai strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti yang tertulis pada buku "Desain Kemasan perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan" yang ditulis oleh Marianne Rosner Klimchuck dan Sandra A. Krasovec," "tujuan desain kemasan dibatasi oleh latar belakang pemasaran yang

relevan dan tujuan strategis untuk sebuah merk. Idealnya, tenaga pemasaran atau produsen menyediakan informasi dan poin-poin yang spesifik dan detail untuk mengukur tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam desain kemasan dengan tepat." (47).

Tinjauan Kain Tenun Ikat

Kain Tenun ikat merupakan salah satu kerajinan tangan yang sangat khas dan tradisional dari Indonesia. Beberapa suku-suku di Indonesia memiliki tradisi, motif, dan ciri khas tersendiri pada kain tenun khas dari daerah masing-masing, bahkan kain tenun memiliki makna tertentu dan sangat sakral bagi suku tertentu.

Istilah *ikat* di dalam menenun menurut Loeber dan Haddon diperkenalkan di Eropa oleh Prof. A.R. Hein pada tahun 1880 dan menjadi istilah dalam bahasa Belanda yang disebut *ikatten* dan dalam bahasa Inggris kata *ikat* berarti hasil selesai dari kain dengan teknik *ikat* dan *to ikat* untuk arti proses dari tekniknya.

Selain sebagai salah satu perlengkapan hidup manusia, kain tenun mempunyai fungsi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat pembuatnya. Baik aspek sosial, ekonomi, religi, estetika dan lain sebagainya. Di mana kain tenun sebagai salah satu kebutuhan masyarakat menyangkut segala keperluan sehari-hari, secara keseluruhan.

Selain sebagai salah satu perlengkapan hidup manusia, kain tenun mempunyai fungsi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat pembuatnya. Baik aspek sosial, ekonomi, religi, estetika dan lain sebagainya. Di mana kain tenun sebagai salah satu kebutuhan masyarakat menyangkut segala keperluan sehari-hari, secara keseluruhan.

Sebagai unsur yang dihasilkan oleh masyarakat dalam hubungan pendaya-gunaan alam lingkungan sekitarnya. Mempunyai arti sosial dalam kegunaan untuk menunjukkan dan menunjang status sosial dalam kegunaan untuk menunjukkan dan menunjang status sosial anggota masyarakat dari kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat. Pakaian yang dipakai oleh pemimpin adat, kepala suku, tokoh panglima perang, pendeta, dukun, orang tua, orang muda, anak-anak. Untuk orang yang sudah kawin, belum kawin, pakaian untuk laki-laki dan pakaian untuk perempuan.

Pakaian dengan tanda-tanda lain melambangkan statusnya sebagai raja, bangsawan, yang membedakannya dari orang kebanyakan atau rakyat biasa. Memiliki sejumlah besar dari kain yang dianggap bernilai tinggi, meninggalkan gengsi dan melambangkan kekayaan, bahkan dengan kain motif tertentu merupakan lambing status dan lambing dari kelompok keluarga, klen tertentu yang turun temurun.

Menurut fungsinya ada pakaian yang khusus di pergunakan untuk upacara kelahiran, untuk upacara perkawinan, kematian, upacara adat dan lain

sebagainya. Bahkan lambang-lambang yang dipakainya juga dalam bentuk pewarnaannya. Untuk upacara kematian misalnya warna kainnya hitam atau biru tua dan untuk upacara perkawinan atau upacara yang menunjukkan kemeriahan dipakai warna yang cerah antara lain warna merah, coklat merah, disamping warna lain. Hal ini berbeda dengan kain dobel garis ikat gringsing desa tenganan hanya dikenal warna hitam atau biru tua yang dicampur merah tua atau merah ungu dan sedikit warna kuning kemiri sebagai warna dasar. Warna-warna cerah tidak dikenal.

Dalam hal aspek ekonomi, kain merupakan salah satu yang dipertukarkan untuk memenuhi kebutuhan lain yang diperlukan. Tujuan pertukaran ini merupakan salah satu gerak dinamis masyarakat untuk berkomunikasi dengan kelompok lain di sekitarnya. Pertukaran dalam arti barang yang dipertukarkan dengan barang yang lain atau pertukaran yang sudah menggunakan alat tukar mata uang atau barang yang dipergunakan untuk hubungan sosial.

Dalam aspek religi tampak bahwa ragam hias yang diterapkannya mengandung unsur perlambangan tertentu yang berhubungan dengan unsur kepercayaan atau agama tertentu. Di dalam mitologi dongeng-dongeng suci masyarakat Indonesia pada umumnya mengenal adanya seorang tokoh atau dewa maupun leluhur yang memberikan dan mengajarkan menenun itu kepada anggota masyarakat.

Adanya anggapan bahwa ragam hias yang diterapkan pada kain tenun itu merupakan inspirasi yang diperoleh dengan cara berdoa, mengucapkan mantera-mantera, dengan cara bersemedi, berpuasa memohon kepada Yang Maha Kuasa, kepada leluhur agar diberikan petunjuk-petunjuk untuk membuat ragam hias. Dalam saat-saat pembuatannya dilakukannya bermacam-macam pantangan atau tabu untuk menghindari kegagalan dalam pembuatannya.

Aspek estetika tampak bahwa keterampilan, ketelitian, ketekunan di dalam menciptakan sesuatu karya yang dikerjakan dengan mengambil sebagian waktunya dari hari ke hari, berminggu-minggu, berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun akan menghasilkan suatu karya yang indah dan mempesona. Baik di dalam komposisi jalur, garis, bentuk motif dengan warna dan keserasian dari seluruh komponen-komponennya melahirkan bentuk estetika yang tinggi. Keharmonisan dan keserasian dalam ragam hias pada kain-kain tenun terlihat pada bentuk-bentuk kain yang dipakai sebagai sarung, baju, jaket, ikat kepala, selendang, selimut bahkan sebagai hiasan-hiasan dinding yang digantung pada rumah-rumah adat. (Dra. Suwati Kartiwa M.Sc. 15-20)

Data Produk

- Nama Produk : Kain Tenun

- Merk : Slamet Riady sebagai merk dari produk dan sekaligus juga nama dari Perusahaan kain tenun.

- Spesifikasi Produk : Kain tenun yang diproduksi oleh Perusahaan Slamet Riady merupakan kerajinan yang masih sangat tradisional dan semua dikerjakan secara manual dan pengerjaannya cukup menyita waktu. Kain yang ditunen melalui proses yang panjang dari benang sampai menjadi kain tenun yang utuh. dengan bahan-bahan yang berkualitas, keterampilan, ketelitian dan juga kesabaran membuat kain tenun dihargai cukup mahal, dan melihat penun-penun yang sekarang ini semakin lama semakin berkurang, dikarenakan generasi yang muda kurang tertarik untuk menjadi penun. Bahan-bahan dasar semua berasal dari RRC.

Kain tenun yang diproduksi oleh Slamet Riady ada dua jenis, yaitu kain tenun ikat dan kain tenun songket. Yang membedakan diantara dua kain tersebut adalah pada kain tenun songket motif pada kain timbul sedangkan pada kain tenun ikat motif tidak timbul.



Gambar 1. Kain Tenun Songket
Sumber : Koleksi Pribadi



Gambar 2. Kain Tenun Ikat
Sumber : Koleksi Pribadi

- Konsumen : Konsumen dari Perusahaan Slamet Riady rata-rata merupakan turis-turis domestik, sebagian kecil turis mancanegara,

serta perusahaan-perusahaan dan sekolah-sekolah yang ingin membuat seragam.

- Wilayah Pemasaran : Wilayah pemasaran Perusahaan Slamet Riady adalah seputar wilayah Lombok
- Sistem Distribusi : Kain tenun yang telah siap dijual hanya bisa dibeli oleh konsumen di Artshop Slamet Riady yang terletak di jalan Tenun no 10, Cakranegara Lombok. Kain tenun yang sudah jadi dipajang di artshop dan siap untuk dibeli oleh konsumen. Selain membeli, konsumen juga boleh melihat secara langsung proses menenun kain.

Data Kompetitor

- Nama Produk: Kain Tenun
- Merk : Tidak memiliki merk
- Spesifikasi Produk : Kain tenun ini kurang lebih sama dengan kain tenun ikat dan songket dari Slamet Riady namun kualitas dan harganya lebih rendah di bandingkan dengan kain tenun yang diproduksi oleh Slamet Riady. Sehingga lebih terjangkau harganya.



Gambar 3. Kain Tenun kompetitor yang tidak memiliki merk
Sumber: Koleksi pribadi

- Konsumen : Konsumen dari produk ini merupakan turis-turis lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke pulau Lombok
- Wilayah Pemasaran : wilayah pemasaran produk ini adalah di daerah Lombok, dijual di pasar-pasar oleh-oleh.

Konsep Kreatif

- Tujuan Kreatif

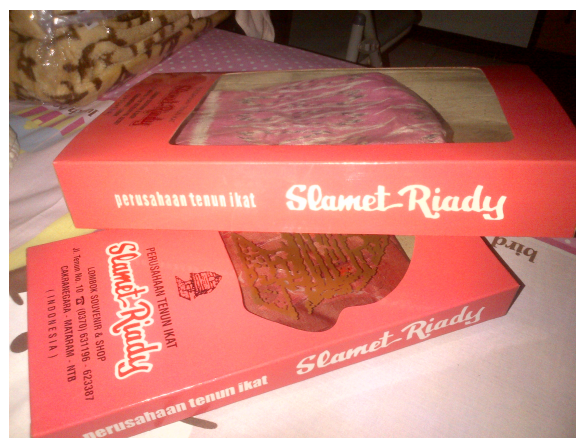
Tujuan kreatif dari “Perancangan Desain Kemasan Kain Tenun Slamet Riady Lombok” ini adalah menciptakan kemasan kain tenun yang unik, layak dijadikan sebagai oleh-oleh, meningkatkan penjualan, melindungi kain agar tidak lecek, serta memberikan kesan tidak murahan, memiliki kualitas yang tinggi dan *exclusive*.

- *Brand Positioning*

Menciptakan kesan mewah dan kualitas yang bermutu pada benak konsumen. Dengan produk yang sudah tidak diragukan lagi kualitasnya, kemudian dipadukan dengan kemasan yang membuat konsumen lebih yakin lagi bahwa produk dari Slamet Riady memang memiliki kualitas yang tinggi dibandingkan kain tenun pesaing yang lainnya.

- Brand Identity

Pada kemasan yang saat ini digunakan oleh Slamet Riady hanya dibubuhkan nama perusahaan, alamat dan nomer telepon dari perusahaan sedangkan logonya hanyalah bertuliskan Slamet Riady dengan huruf tegak bersambung.



Gambar 4. Kemasan kain tenun Slamet Riady
Sumber: Koleksi pribadi

Namun Slamet Riady sendiri telah mempersiapkan logo yang baru namun belum diaplikasikan pada kemasan.



Gambar 5. Logo Slamet Riady
Sumber: Koleksi pribadi

- Brand Image

Mencitrakan kesan mewah dan etnik. Dengan motif kain tenun memberikan kesan etnik pada kemasan sesuai dengan kain tenun yang tradisional dan etnik

Strategi Kreatif

Dalam melakukan sebuah perancangan desain strategi kreatif dapat mempermudah proses perancangan, dengan merencanakan ide-ide kreatif sehingga proses perancangan dapat berjalan dengan baik.

Menurut *survey* melalui kuisioner, konsumen sebagian besar membeli untuk digunakan mereka sendiri namun tidak sedikit juga yang membeli kain tenun untuk diberikan kepada sanak saudara ataupun orang lain sebagai oleh-oleh yang khas dari Lombok.

Pendukung kemasan seperti *giftcard, mini booklet*, dan *merchandise* akan diaplikasikan sebagai tambahan. Bagi konsumen yang ingin memberikan oleh-oleh spesial untuk orang lain *givecard* dapat menjadi nilai lebih karena konsumen dapat memberikan pesan singkat dan juga menuliskan nama orang yang akan diberi oleh-oleh tersebut. Sedangkan *booklet mini* akan menampilkan *snapshot* pembuatan kain tenun secara singkat. Dengan begitu konsumen, maupun kerabat konsumen yang menerima produk sebagai oleh-oleh dapat mengetahui betapa spesialnya kain tenun tersebut, sangat tradisional dan merupakan kerajinan tangan yang rumit.

Pola Dasar Bentuk Kemasan

Kemasan kain tenun Slamet Riady dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Kemasan dalam
Kemasan dalam berupa kertas tipis yang berfungsi untuk mengikat kain yang telah dipotong, dilipat dan digulung dengan rapi.
2. Kemasan kotak
Kemasan kotak berupa kardus dengan 2 ukuran besar dan kecil. Ukuran besar dapat memuat kain sampai dengan 6 meter sedangkan ukuran kecil dapat memuat kain sampai dengan 3 meter.
3. Kemasan tas
Kemasan tas berupa tas yang terbuat dari kertas tebal dengan 2 ukuran yaitu ukuran besar dan ukuran kecil. Ukuran besar dapat memuat sampai dengan 3 kemasan luar, sedangkan ukuran kecil hanya memuat 1 kemasan luar.

Fungsi Utama Kemasan

- Kemasan dalam: membungkus kain sehingga terlihat rapi, mencantumkan informasi seperti bahan, dan cara perawatan.
- Kemasan kotak: memberikan kesan mewah dan juga agar kain tidak lecek tetap rapi, muda dibawa, dan memberikan tampilan yang bagus ketika diberikan kepada orang lain. Kemudian pada bagian bawah diberikan potongan sehingga dapat terlihat motif pada kain yang dikemas
- Kemasan tas: sebagai kemasan tambahan yang digunakan untuk mengangkut produk yang sudah dikemas sehingga mempermudah konsumen membawa produk, selain itu kemasan tas dibuat 2 ukuran sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak maupun sedikit.

Bahan/Material Dasar Kemasan

Bahan-bahan yang digunakan adalah berupa kertas, dan karton

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah dengan gaya etnik dan *simple*. Gaya etnik sendiri dapat menunjukkan kesan mewah, tradisional, dan elegant. Kain tenun merupakan kain yang sangat khas dan merupakan kerajinan yang sangat tradisional.

Warna

Warna-warna yang dipilih merupakan faktor yang penting dalam kemasan. Dengan tampilan warna yang menarik akan membuat konsumen terpicat. Warna juga dapat memberi kesan terhadap konsumen dan memberi nilai tambahan dalam suatu kemasan. Warna-warna yang akan digunakan menggunakan warna merah maroon, hitam, Putih, dan emas yang memberikan kesan etnik dan mewah.

Jenis Font

Jenis font yang digunakan adalah *script* untuk penulisan tenun ikat dan *sansherif* untuk keterangan lain agar mudah dibaca. Kemasan kain tenun sendiri tidak menggunakan banyak Tulisan hanya saja yang akan dicantumkan pada kemasan kotak adalah logo, nama perusahaan, alamat, nomer telepon, serta informasi berupa keterangan mengenai cara mencuci kain.

Pengembangan Logo/ Brand Name

Slamet Riady sendiri selama ini hanya menggunakan tulisan Slamet Riady dengan tipe *font*

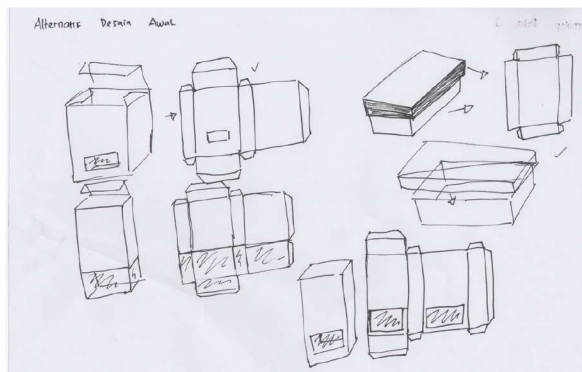
script yang tertera pada kemasan dari kain tenun, kemudian dikembangkan dengan simbol rumah lumbung dan tulisan SR yang diaplikasikan pada kartunama dan juga sticker yang ditempelkan pada kain untuk beberapa informasi.

Pengembangan logo diambil dari simbol rumah lumbung yang tradisional



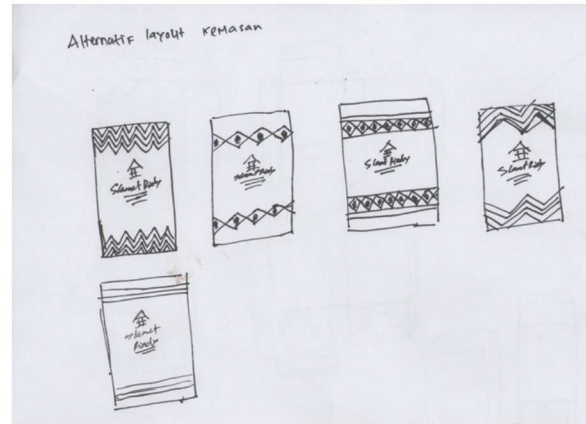
Gambar 6. Final Logo
Sumber: Koleksi Pribadi

Layout Desain Awal



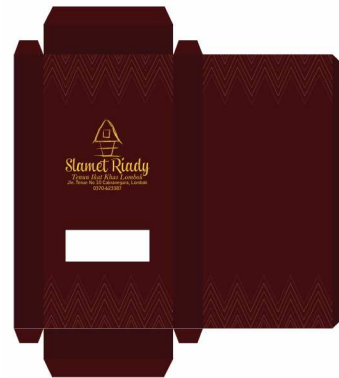
Gambar 7. Pola jejaring awal
Sumber: Koleksi Pribadi

Pengembangan Desain



Gambar 8. Thumbnail Layout kemasan
Sumber: Koleksi Pribadi

Final Design



Gambar 9. Desain kemasan kotak kecil
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 10. Desain kemasan kotak besar
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 11. Paperbag
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 12. Desain Booklet depan belakang
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 13. Label kemasan
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 14. Sticker 1
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 15. Sticker2
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 16. Sticker3
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 17. Sticker 4
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 18. GiftCard luar dan dalam
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 19. gantungan kunci Slamet Riady
Sumber: Koleksi Pribadi



Gambar 20. *final* desain
Sumber: Koleksi Pribadi

Biaya Kreatif

1. Kemasan kotak kecil:
 - Bahan : Duplex (1000lbr=500.000)
Mika (200.000)
 - Jumlah: 2000 kemasan
 - Harga : 1000.000 (Biaya cetak) + 200.000
+ 500.000 + 200.000 (Hot print) =
Rp.1.700.000,-
2. Kemasan kotak besar:
 - Bahan: Duplex (2000lbr=1000.000)
Kertas Tissue (333meter= 666.600)
Tali daur ulang 500meter= 750.000
 - Jumlah : 2000 kemasan
 - Harga: 1750.000 (Biaya cetak) + 1000.000
+ 200.000 (Hot print) +666.600 +750.000
= Rp 4.166.600
3. Kemasan pembungkus kain:
 - Bahan: Kertas Samson (350lbr=875.000)
 - Jumlah: 1050 lembar
 - Harga: 1000.000 (ongkos cetak) + 875.000
=1.875.000
4. *Sticker*:
 - Bahan: Kertas bontak: (1000= 500.000)
 - Jumlah 1000 lembar
 - Harga: 500.000 (Biaya cetak) + 500.000)
+100.000 (biaya potong) =Rp.1.100.000
5. *Paper bag*:
 - Bahan: kertas artpaper (1000lbr:
750.000)
 - Jumlah: 1000
 - Harga: 500.000 (biaya cetak) + 750.000
+100.000 (biaya potong) + 300.000(lain-
lain) = Rp1.650.000

6. *Gift card*:

- Bahan: kertas *inject* (100 lbr: 300.000)
- Jumlah: 1000 kartu
- Harga: 300.000 (biaya cetak) + 300.000
+100.000 (lain-lain) = Rp.700.000

7. *Booklet*:

- Bahan: kertas *inject* (100 lbr: 300.000)
- Jumlah: 1000 kartu
- Harga: 300.000 (biaya cetak) + 300.000
+100.000 (lain-lain) = Rp.700.000

Kesimpulan

Desain kemasan dewasa ini walaupun sudah berkembang didunia namun masih kurang diperhatikan dikalangan produsen-produsen kain di Indonesia, kebanyakan dari mereka mengemas kain hanya dengan dibungkus oleh plastik. Padahal dengan adanya kemasan maka banyak keuntungan yang didapat dengan kemasan tersebut, seperti untuk melindungi kain, agar tidak lecek dan terlihat rapi , memberikan informasi seputar produk, dan logo perusahaan yang merupakan identitas produsen tertera pada kemasan.

Perancangan ini disusun dengan metodologi penelitian yang meliputi analisa produk, analisa kompetitor, pemilihan media, proses desain dari awal sampai mendapatkan desain yang sesuai. Pencarian data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan konsumen, kemudian dengan menyebar kuisioner. Sehingga data yang diambil merupakan data yang akurat dan yang sebenar-benarnya.

Dengan desain kemasan, serta pendukung kemasan dengan dipadukan dengan element-element yang dirancang menjadi kemasan kain diharapkan dapat meningkatkan daya beli, memuaskan konsumen, dan semoga kain tenun Slamet Riady lebih dikenal luas lagi.

Saran

- a. Meningkatkan kualitas produk, dari bagus menjadi lebih bagus dan lebih lagi untuk kedepannya.
- b. Mengadakan upaya promosi, agar produk Slamet Riady lebih dikenal dan selalu diingat konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Penulisan skripsi Perancangan Tugas Akhir yang diajukan untuk Sarjana Strata-1 ini dapat terselesaikan dengan baik dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari penyusunan awal hingga

akhir laporan ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-NYA selama proses pengerjaan dari awal hingga akhir

Dr. Ahmad Adib, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dan rekan kelompok yang lain.

Ani Wijayanti S., S.Sn, M.Med. Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dan rekan kelompok yang lain.

Kedua Orangtua penulis yang selalu mendukung penulis dalam bentuk moral dan material. Semoga dengan ini dapat membuat kedua orangtua penulis banga.

Anthony Andrea, ibu Agnes Agustina, ibu Friesca Friesya selaku pihak Slamet Riady yang sudah bersedia membantu memberikan informasi tentang Slamet Riady, dan juga memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk Perancangan ini

Keluarga yang selalu mendampingi dan mendoakan penulis

Teman-teman kelompok Tugas akhir, yang selalu kompak dan menjalani masa Tugas akhir dalam suka maupun duka bersama.

Daftar Pustaka

Cenadi, Christine Suharto, "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran" *Jurnal Nirmana* 2.1 (Januari 2000) : 22 Maret 2013 <<http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/03/dkv00020203.pdf>>

Kartiwa, Suwati. *Tenun Ikat Indonesia Ikats*, Jakarta: P.T. Intermedia, 1987.

Klimchuk, Marianne Rosner, dan Sandra A. Krasovec. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga, 2007.

Rujianto. "Kemasan Adalah Menjual Apa Yang Dilindungi" *rujiyanto.com*. 06 Maret 2009. 22 Maret 2013. <<http://www.rujiyanto.com/2009/03/kemasan-adalah-menjual-apa-yang.html>>

Therik, Jes A. *Tenun Ikat Dari Timur*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1989

Wirya, Iwan. *Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta: PT. Graamedia Pustaka Utama, 1999.