

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MAKANAN KHAS  
*CHINA TOWN* KOTA PALEMBANG**



**Diajukan oleh:**

- 1. RIO CHANDRA / 061180020**
- 2. VICTOR HERTA PRASETIA / 061180026**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2021**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**POLITEKNIK PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MAKANAN KHAS  
*CHINA TOWN* KOTA PALEMBANG**



**Diajukan oleh:**

- 1. RIO CHANDRA / 061180020**
- 2. VICTOR HERTA PRASETIA / 061180026**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2021**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK PALCOMTECH**

---

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR**

**NAMA/NPM** : 1. RIO CHANDRA / 061180020  
2. VICTOR HERTA PRASETIA / 061180026

**PROGRAM STUDI** : D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**JENJANG PENDIDIKAN** : DIPLOMA TIGA (D3)

**JUDUL** : PERANCANGAN DESAIN KEMASAN  
MAKANAN KHAS *CHINA TOWN* KOTA  
PALEMBANG

**Tanggal: 05 Agustus 2021**  
**Pembimbing**

**Mengetahui,**  
**Direktur**

**Sonde Martadireja, S. Pd., M. Sn.**  
**NIDN: 0204038903**

**Benedictus Effendi, S. T., M. T.**  
**NIP: 09.PCT.13**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK PALCOMTECH**

---

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR**

**NAMA/NPM : 1. RIO CHANDRA / 061180020**  
**2. VICTOR HERTA PRASETIA / 061180026**

**PROGRAM STUDI : D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA (D3)**

**JUDUL : PERANCANGAN DESAIN KEMASAN  
MAKANAN KHAS *CHINA TOWN* KOTA  
PALEMBANG**

**Tanggal: 05 Agustus 2021**  
**Penguji 1**

**Tanggal: 05 Agustus 2021**  
**Penguji 2**

**Benedictus Effendi, S.T., M.T.**  
**NIDN: 0221027002**

**Yasermi Syahrul, S.Pd., M.Sn.**  
**NIDN: 0208058801**

**Menyetujui,  
Direktur**

**Benedictus Effendi, S.T., M.T.**  
**NIP: 09.PCT.13**

**MOTTO:**

*Lakukan hal-hal yang kau pikir tidak bisa kau lakukan.*

*(Eleanor Roosevelt)*

*Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung.  
Buat jalamu sendiri dan tinggalkanlah jejak.*

*(Ralph Waldo Emerson)*

**Kupersembahkan kepada:**

- Ayahanda dan Ibunda kami Tercinta
- Saudara-saudari kami tersayang
- Bapak Sonde Martadireja, S. Pd., M. Sn
- Para pendidik yang kami hormati
- Sahabat dan rekan seperjuangan

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas *China Town* Kota Palembang”.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini mendapat banyak bantuan, bimbingan, serta pengarahan dari banyak pihak. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Direktur Politeknik PalComTech, Bapak Benedictus Effendi, S.T., M.T., kepada Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Bapak Alfred Tenggono, S. Kom., M. Kom., kepada Dosen pembimbing Laporan Tugas Akhir Bapak Sonde Martadireja, S.Pd., M. Sn, Kepada kedua Orang Tua penulis dan semua teman-teman serta semua sahabat yang telah banyak membantu dan memberi dukungan.

Demikian kata pengantar dari penulis, dengan berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat tidak hanya untuk penulis tetapi juga untuk semua orang. Kritik dan saran akan membuat penulis jauh lebih baik dimasa depan, karena tidak ada yang sempurna tanpa usaha. Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih.

**Palembang, 5 Agustus 2021**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1           PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa .....	3
1.4.2 Manfaat Tempat Penelitian .....	3
1.4.3 Manfaat Bagi Akademik .....	3
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
1.5.1 Bab I. Pendahuluan.....	4
1.5.2 Bab II. Tinjauan Pustaka .....	4
1.5.3 Bab III. Metode Penelitian .....	4
1.5.4 Bab IV. Hasil dan Pembahasan .....	4
1.5.5 Bab V. Penutup.....	4
<b>BAB II           TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	5
2.1.1 Kemasan .....	5
2.1.2 <i>Merk(brand)</i> .....	5

2.1.3 <i>Desain</i> .....	6
2.1.4 Media Promosi .....	6
2.1.5 Warna .....	7
2.1.6 Tipografi.....	8
2.1.7 Tata Letak ( <i>layout</i> ) .....	8
2.1.8 Metode Perancangan .....	9
2.2 Penelitian terdahulu .....	11
2.3 Kerangka Pemikiran .....	13

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jadwal dan Tempat Penelitian .....	14
3.1.1 Tempat Penelitian.....	14
3.1.2 Waktu Penelitian .....	14
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.2.1 Wawancara .....	15
3.2.2 Observasi .....	16
3.2.3 Studi Pustaka .....	17
3.3 Teknik Perancangan .....	18
3.3.1 Konsep Visual .....	18
3.3.1.1 Kemasan Makanan Primer.....	18
3.3.1.2 Kemasan Makanan Sekunder.....	19
3.3.1.3 Kemasan <i>Box</i> dus.....	19
3.3.2 Konsep Warna .....	19
3.3.3 Konsep Huruf .....	20
3.3.3.1 <i>Font</i> dekoratif: <i>Made in China</i> .....	20
3.3.3.2 <i>Font Sans serif: Roboto</i> .....	21
3.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	22
3.5 Alat dan Bahan .....	22
3.5.1 Alat.....	22



3.5.1.1 Laptop .....	22
3.5.1.2 <i>Pen Tablet</i> .....	22
3.5.1.3 Kamera dan Tripod .....	23
3.5.1.4 <i>Sketchbook</i> .....	23
3.5.1.5 Adobe Photoshop .....	23
3.5.1.6 Adobe Illustrator .....	23
3.5.2 Bahan .....	23
3.6 Tahapan Pengerjaan .....	24
3.6.1 <i>Idea Phase</i> .....	24
3.6.2 <i>Design Phase</i> .....	25
3.6.3 <i>Feasibility Phase</i> .....	32
3.6.4 <i>Capability</i> .....	34
3.6.5 <i>Launching</i> .....	37

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis .....	37
4.2 Analisis Visual .....	37
4.2.1 Sketsa Ukuran Kemasan.....	37
4.2.1.1 Sketsa Ukuran Kemasan Primer .....	37
4.2.1.2 Sketsa Ukuran Kemasan Sekunder .....	38
4.2.1.3 Sketsa Ukuran <i>Box</i> dus .....	39
4.3 Analisis Huruf .....	39
4.4 Analisis Warna .....	41
4.5 Perancangan .....	42
4.6 Hasil dan Pembahasan.....	48
4.7 Media Pendukung.....	51

**BAB V        SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....53

5.2 Saran .....53

**DAFTAR PUSTAKA.....xvii**

**HALAMAN LAMPIRAN.....xix**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses Wawancara Pengusaha Kuliner .....	15
Gambar 3.2 Hasil Wawancara pengusaha kuliner.....	16
Gambar 3.3 Kemasan Wadah ikan goreng saus tiram.....	17
Gambar 3.4 Kemasan Mie ayam atau Mie pangsit .....	17
Gambar 3.5 <i>Sample</i> warna merah .....	20
Gambar 3.6 Jenis huruf <i>Made in China</i> .....	20
Gambar 3.7 Jenis huruf <i>Roboto</i> .....	21
Gambar 3.8 Kemasan Lama.....	24
Gambar 3.9 Sketsa Kemasan Primer.....	26
Gambar 3.10 Sketsa Kemasan Primer.....	26
Gambar 3.11 Sketsa Kemasan Primer.....	26
Gambar 3.12 Sketsa Kemasan Primer.....	27
Gambar 3.13 Sketsa Kemasan Sekunder .....	27
Gambar 3.14 Sketsa Kemasan Sekunder .....	27
Gambar 3.15 Sketsa Kemasan <i>Box</i> .....	28
Gambar 3.16 Sketsa Kemasan <i>Box</i> .....	28
Gambar 3.17 Sketsa Kemasan Primer.....	29
Gambar 3.18 Sketsa Kemasan Primer.....	29
Gambar 3.19 Sketsa Kemasan Primer.....	29
Gambar 3.20 Sketsa Kemasan Primer.....	30
Gambar 3.21 Sketsa Kemasan Sekunder .....	30
Gambar 3.22 Sketsa Kemasan <i>Box</i> .....	31

Gambar 3.23 Replika Kemasan Primer.....	31
Gambar 3.24 Replika Kemasan Primer.....	32
Gambar 3.25 Replika Kemasan Primer.....	32
Gambar 3.26 Replika Kemasan Sekunder .....	32
Gambar 3.27 Replika Kemasan <i>Box</i> .....	33
Gambar 3.28 Kemasan Primer .....	33
Gambar 3.29 Kemasan Primer .....	34
Gambar 3.30 Kemasan Primer .....	34
Gambar 3.31 Kemasan Sekunder .....	35
Gambar 3.32 Kemasan Sekunder .....	35
Gambar 3.33 Kemasan <i>Box</i> .....	35
Gambar 3.34 Kemasan <i>Box</i> .....	36
Gambar 4.1 Sketsa ukuran Kemasan Primer.....	38
Gambar 4.2 Sketsa ukuran Kemasan Sekunder .....	38
Gambar 4.3 Sketsa ukuran Kemasan <i>box dus</i> .....	39
Gambar 4.4 Jenis huruf <i>Made in China</i> .....	40
Gambar 4.5 Jenis huruf <i>Roboto</i> .....	40
Gambar 4.6 Warna merah, emas, dan hitam .....	41
Gambar 4.7 Proses desain kemasan primer.....	42
Gambar 4.8 Proses penambahan gambar dan tulisan tampak atas.....	43
Gambar 4.9 Proses penambahan logo dan tulisan tampak depan .....	43
Gambar 4.10 Proses penambahan tulisan pada sisi kanan .....	44
Gambar 4.11 Proses penambahan gambar dan tulisan pada sisi kiri .....	44

Gambar 4.12 Proses penambahan tulisan tampak belakang .....	45
Gambar 4.13 Proses desain segel kemasan primer .....	45
Gambar 4.14 Proses desain kemasan sekunder.....	46
Gambar 4.15 Penambahan logo dan <i>ornament</i> pada sisi depan dan belakang ...	46
Gambar 4.16 Penambahan tulisan pada bagian depan dan belakang.....	46
Gambar 4.17 Proses desain <i>box</i> dus.....	47
Gambar 4.18 Proses desain sekunder ke dua <i>box</i> dus.....	47
Gambar 4.19 Hasil kemasan primer.....	48
Gambar 4.20 Hasil kemasan primer.....	48
Gambar 4.21 Hasil kemasan sekunder ( <i>handler</i> ) .....	49
Gambar 4.22 Hasil kemasan sekunder ( <i>handler</i> ) .....	49
Gambar 4.23 Hasil kemasan <i>box</i> dus .....	50
Gambar 4.24 hasil kemasan <i>box</i> dus .....	50
Gambar 4.25 Penerapan desain pada mug .....	51
Gambar 4.26 Penerapan desain pada tumbler .....	51
Gambar 4.27 Penerapan desain pada stiker.....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Tabel Jadwal Penelitian .....	14

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1. *Form* Topik dan Judul (*Fotocopy*)
2. Lampiran 3. *Form* Konsultasi (*Fotocopy*)
3. Lampiran 4. Surat Pernyataan Ujian (*Fotocopy*)
4. Lampiran 5. *Form* Revisi Ujian Pra Sidang (*Fotocopy*)
5. Lampiran 6. *Form* Revisi Ujian Kompre (Asli)

## **ABSTRACT**

RIO CHANDRA AND VICTOR HERTA PRASETIA. *Designing A Typical China Town Food Packaging Design in Palembang*

*The background of the problem we researched is the result of observation and an interview with a food vendor at the Palembang China town area we know as Sayangan Market. They said the package of food which they use is less attractive, yet so simple. The old packaging does not have a characteristic, especially food (wonton noodles) only plain paper for food, banana leaves and plastic bags. The formulation of the problem is how the steps of designing and the shape of the food package, which has special features or characteristics of Chinese Town, and how is their application to food packages at the area. The purpose of the study is to design food packages, in order to improve the quality of existing food packages and become an effective promotion media. The kind of research method we use is the qualitative method, which is a method of collecting data using observation the author gets the data by directly observing the packaging used, the author receives detailed information from interviews with one of the food sellers in the area and literature study as a reference for the final report. We have 5 steps to make this food package. There is idea phase, design phase, feasibility phase, capability and launching. From those five steps we used, we made a design result such as the design of the primary food package, and secondary package which has the function of keeping the product safe and attracting consumer attention.*

**Keywords:** *Design, packaging, China Town, Palembang*



## ABSTRAK

RIO CHANDRA DAN VICTOR HERTA PRASETIA. Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas China Town Kota Palembang.

Latar belakang masalah penelitian ini adalah berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara pada salah satu penjual makanan di Kawasan China Town atau pasar sayangan bahwa kemasan yang digunakan kurang menarik dan terlalu sederhana. Kemasan lama tidak mempunyai ciri khas terutama adalah makanan (mie pangsit) hanya kertas polos khusus makanan dan daun pisang serta kantong plastik. Rumusan masalah bagaimana tahap perancangan dan bentuk kemasan makanan khas di *China Town* Kota Palembang dan bagaimana penerapan kemasan makanan di *China Town* Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan makanan khas yang berada di kawasan *China Town* Kota Palembang, agar dapat meningkatkan kualitas kemasan makanan yang ada sebelumnya serta menjadi media promosi yang efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dimana metode ini merupakan teknik pengumpulan data berupa observasi penulis mendapatkan data dengan mengamati langsung kemasan yang digunakan, penulis menerima informasi detail dari wawancara salah satu penjual makanan di Kawasan China Town tersebut dan studi pustaka sebagai acuan laporan tugas akhir. Terdapat lima tahapan dalam pembuatan desain kemasan makanan ini yaitu *idea phase*, *design phase*, *feasibility phase*, *capability and launching*, selanjutnya dari lima tahap ini di hasilkan desain yaitu desain kemasan primer dan desain kemasan sekunder yang memiliki fungsi untuk menjaga produk lebih aman dan menarik perhatian konsumen.

**Kata kunci:** Desain, kemasan, *China Town*, Palembang

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Melihat meningkatnya kecenderungan masyarakat akan cara-cara promosi produk yang benar dan efektif menjadi landasan penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk membantu masyarakat sekitar mengembangkan usaha mereka, salah satu cara untuk membuat produk dikenal oleh masyarakat adalah melakukan kegiatan promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 62) Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru.

Dalam promosi salah satu elemen yang dibutuhkan adalah kemasan. Menurut DuPuis dan Silva dalam Yana dan Ressiani (2020: 161) desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar dapat dipasarkan, tidak hanya berfungsi sebagai tempat dimana makanan diletakan, namun kemasan juga bisa digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.

Penulis menjadikan pasar sayangan yang terletak di Kota Palembang sebagai objek wilayah penelitian yang dikenal juga oleh masyarakat kawasan *China Town* Kota Palembang. Dalam kawasan *China Town* ini tidak mempunyai ciri khas pada kemasan produk yang mereka jual terutama adalah makanan (mie pangsit). Dari hasil pengamatan penulis, kemasan mie pangsit yang dipakai hanya kertas polos khusus makanan dan daun pisang

serta kantong plastik. Alasan pemilihan kemasan oleh pemilik usaha karena telah diwariskan lama oleh keluarga, serta harga yang lebih murah, mudah didapatkan dan digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis mendapatkan data dari pemilik usaha, yang menyetujui atau membenarkan bahwa kemasan digunakan sekarang kurang menarik perhatian dan terlalu sederhana. Dilihat dari konsumen adalah pelanggan lama dan kurangnya konsumen dari anak muda, sehingga dirasa perlu ditingkatkan kualitasnya dan tidak hanya mengubah kemasan namun juga membuat kemasan tersebut menarik dan kreatif, sekaligus dapat menjadi media promosi produk untuk kawasan *China Town* agar dikenal lebih luas oleh masyarakat.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun Laporan tugas akhir dengan topik desain grafis berjudul “Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas *China Town* Kota Palembang”, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan makanan serta menjadi media promosi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana tahap perancangan dan bentuk kemasan makanan khas di *China Town* Kota Palembang?
- b. Bagaimana penerapan kemasan makanan di *China Town* Kota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan makanan khas yang berada di kawasan *China Town* Kota Palembang, agar dapat meningkatkan kualitas kemasan makanan yang ada sebelumnya serta menjadi media promosi yang efektif.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa**

1. Mendapat pengalaman secara langsung dengan mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dalam kegiatan akademik di Program studi Desain Komunikasi Visual, Politeknik PalComTech.
2. Penulis bisa belajar tentang cara mempromosikan kawasan wisata melalui desain kemasan produk makanan yang kreatif.

#### **1.4.2 Manfaat Bagi Tempat Penelitian**

1. Meningkatkan kualitas kemasan produk yang dijual.
2. Kawasan *China Town* Kota Palembang diharapkan lebih dikenal masyarakat, melalui produk kemasan makanannya.

#### **1.4.3 Manfaat Bagi Akademik**

Bahan referensi dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya dan menjadi bahan bacaan sebagai tambahan pengetahuan.

## **1.5 Sistematis Penulisan**

Penulis menggunakan sistematika penulisan sesuai ketentuan yang telah ditetapkan, untuk mewujudkan suatu hasil laporan dengan penyusunan yang baik dan benar.

### **1.5.1 Bab I. PENDAHULUAN**

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **1.5.2 Bab II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat uraian mengenai landasan teori, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

### **1.5.3 Bab III. METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian dan waktu penelitian, jenis data, teknik perancangan, ruang lingkup, alat dan bahan serta tahapan pengerjaan.

### **1.5.4 Bab IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hasil analisis visual, analisis huruf dan analisis warna, perancangan, dan hasil pembahasan.

### **1.5.5 Bab V. PENUTUP**

Bab ini memuat mengenai kesimpulan dan saran penulis terkait laporan tugas akhir ini, yang diharapkan akan berguna dalam penelitian yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kemasan**

Menurut Kotler dalam Taat (2017: 150) "Kemasan adalah kegiatan-kegiatan umum dalam perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain dan pembuatan bungkus atau kemasan bagi suatu barang". Menurut Sri dalam Stefanny dan Hadah (2019: 38), fungsi kemasan yaitu melindungi kualitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen, membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen.

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kemasan juga dapat berpengaruh terhadap hasil penjualan, tidak hanya sebagai media untuk menempatkan produk/makanan, banyaknya variabel unik yang ada pada kemasan dengan harapan juga menarik minat pembeli, serta sebagai media promosi agar lebih dikenal luas oleh masyarakat Kota Palembang.

##### **2.1.2 Merk (Brand)**

Menurut Alma (2013: 147) Merek atau cap adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang/jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Kotler dan Keller (2012: 274) menyatakan citra merek adalah cara

masyarakat menganggap merek secara aktual. Maka keberadaan merek atau simbol yang nantinya diletakkan pada kemasan secara tidak langsung memberikan identitas khas pada kawasan tersebut.

### **2.1.3 Desain**

Menurut Anindita (2016: 3) Desain adalah suatu perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan membuat suatu benda, sistem, dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi umat manusia. Menurut Soewito (2013: 221) Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan pernyataan diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan desain kita dapat membuat suatu karya yang tidak hanya enak dipandang namun juga berfungsi sebagai media komunikasi serta berpengaruh pada masyarakat luas.

### **2.1.4 Media promosi**

Menurut Cahyanti (2015: 114) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan Menurut Widhiarso dan Sukadi (2013: 1) kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting untuk

menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa dalam memperkenalkan produk atau jasa tersebut dan menanamkan *awareness* kepada masyarakat luas, khususnya kepada target *audience* yang dituju.

Berdasarkan kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwa media promosi menjadi cara yang dapat mempengaruhi serta menyebarkan informasi suatu produk secara luas kepada masyarakat dan menjadi faktor pendukung penting dalam kegiatan usaha.

#### **2.1.5 Warna**

Susanto (2012: 433) menjelaskan “Warna adalah getaran atau gelombang yang diterima indra penglihatan manusia yang berasal dari pancaran cahaya melalui sebuah benda. Warna secara khusus pigmen terdapat klasifikasi warna yaitu warna *primer*, *sekunder*, *intermediate*, dan *tersier*”. Bersamaan dengan itu, menurut Sembiring (2014: 141) menjelaskan “warna adalah gelombang cahaya dengan frekuensi berbeda yang mempengaruhi penglihatan kita”. Menurut Kartika (2017: 46) juga menjelaskan “Warna sebagai representasi dari alam, kehadiran warna merupakan perkembangan sifat objek nyata, atau penggambaran dari suatu objek alam sesuai dengan apa yang dilihatnya. Warna sebagai tanda/symbol, kehadiran warna disini banyak digarap oleh seniman tradisi dan banyak diberikan pada wayang, baik tradisional dan tata rupa lain yang punya tradisi “. Warna menggambarkan identitas dapat menjadi ciri



khas dengan penerapan yang tepat. Warna dapat mempengaruhi perasaan bagi orang yang melihatnya.

### **2.1.6 Tipografi**

Menurut Tinarbuko (2015: 148) Tipografi adalah seni memilih dan menata 14 huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk pesan sosial ataupun komersil. Menurut Guruh (2019: 44) Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, atau ilmu susun huruf.

Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa tipografi adalah hal penting dalam unsur desain kemasan, dengan huruf yang dikelola dengan baik sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat dibaca dengan jelas, juga membantu memaksimalkan pemahaman pesan dan menjadi daya tarik untuk konsumen.

### **2.1.7 Tata Letak (*Layout*)**

Menurut Rustan (2017: 1) “*Layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya” dan Menurut Rustan (2017: 74) “Prinsip dasar *layout* adalah juga prinsip dasar desain grafis, diantaranya adalah:

- a. Urutan (*Sequence*)
- b. Penekanan (*Emphasis*)
- c. Keseimbangan (*Balance*)
- d. Kesatuan (*Proximity*)

Penulis menarik kesimpulan bahwa penggunaan tata letak (*layout*) pada desain membuat tampilan kemasan makanan menjadi harmonis, memudahkan konsumen menerima informasi yang diberikan.

### **2.1.8 Metode Perancangan**

Merancang struktur kemasan dan tampilan rupa kemasan pangan memerlukan proses yang bertahap. Penulis menggunakan metode perancangan Julianti (2014: 40-53), menjelaskan tahap-tahap yang umum dilakukan ketika mendesain kemasan adalah:

#### *1. Idea Phase*

Proses mendesain tampilan kemasan dimulai dari penggalian gagasan. Prinsip tahap ini adalah mendorong penyebaran gagasan sehingga membuka lebar-lebar pemikiran kritis dan pemikiran kreatif.

#### *2. Design Phase*

Tahap desain mengacu pada hasil gagasan yang sudah dipilih dari berbagai alternatif hasil diskusi, yang terbagi atas 3 tahap lagi, yaitu:

##### *a. Conceptual Design*

Pada tahap ini merupakan proses pembuatan konsep desain. Perencanaan konsep desain kemasan disesuaikan dengan tujuan perancangan. Hasil dari *idea*

*phase* dikembangkan untuk memilih tematik desain dan bahan kemasan.

b. *Embodiment Design*

Proses desain tahap ini merupakan pengembangan dari konsep yang dipilih. Berbagai kemungkinan struktur kemasan dan tampilan rupa dipertimbangkan, sehingga desain yang sesuai dengan berbagai aspek dapat diuji coba. Studi visual dengan mempertimbangkan bentuk, struktur, tata letak, komposisi, warna, gambar, tipografi dan elemen visual pendukung.

c. *Detail Design*

Pada tahap *detail*, bentuk, ukuran dan toleransi kemasan ditentukan, serta bagaimana memberi tampilan grafis kemasan yang sesuai dengan hasil studi visual serta pengayaan visual yang telah disesuaikan. Seluruh *detail* informasi akan terlihat pada tampilan yang diterapkan pada label kemasan

3. *Feasibility Phase*

Pada tahap ini dibuat *dummy* yang sesuai dengan ukuran 1:1 sehingga dapat dilihat dan dicoba untuk melihat apakah masih ada kekurangan. Penting membuat *dummy* yang baik untuk memperlihatkan fungsi kemasan sesuai dengan produk atau makanan yang menjadi isinya.

#### 4. *Capability*

Proses akhir setelah semua diuji coba dan *dummy* yang sudah disempurnakan dapat diproduksi sesuai dengan kebutuhan. Pada tahap ini proses produksi akan disesuaikan dengan kemampuan biaya yang tersedia.

#### 5. *Launching*

Pada tahap ini hasil kemasan makanan oleh-oleh sudah jadi diproduksi secara massal, dipasarkan dan diterima oleh konsumen yang dituju.

## 2.2 Penelitian terdahulu

Penulis memperoleh hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang penulis ambil. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah penulis gunakan sebagai acuan penelitian.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

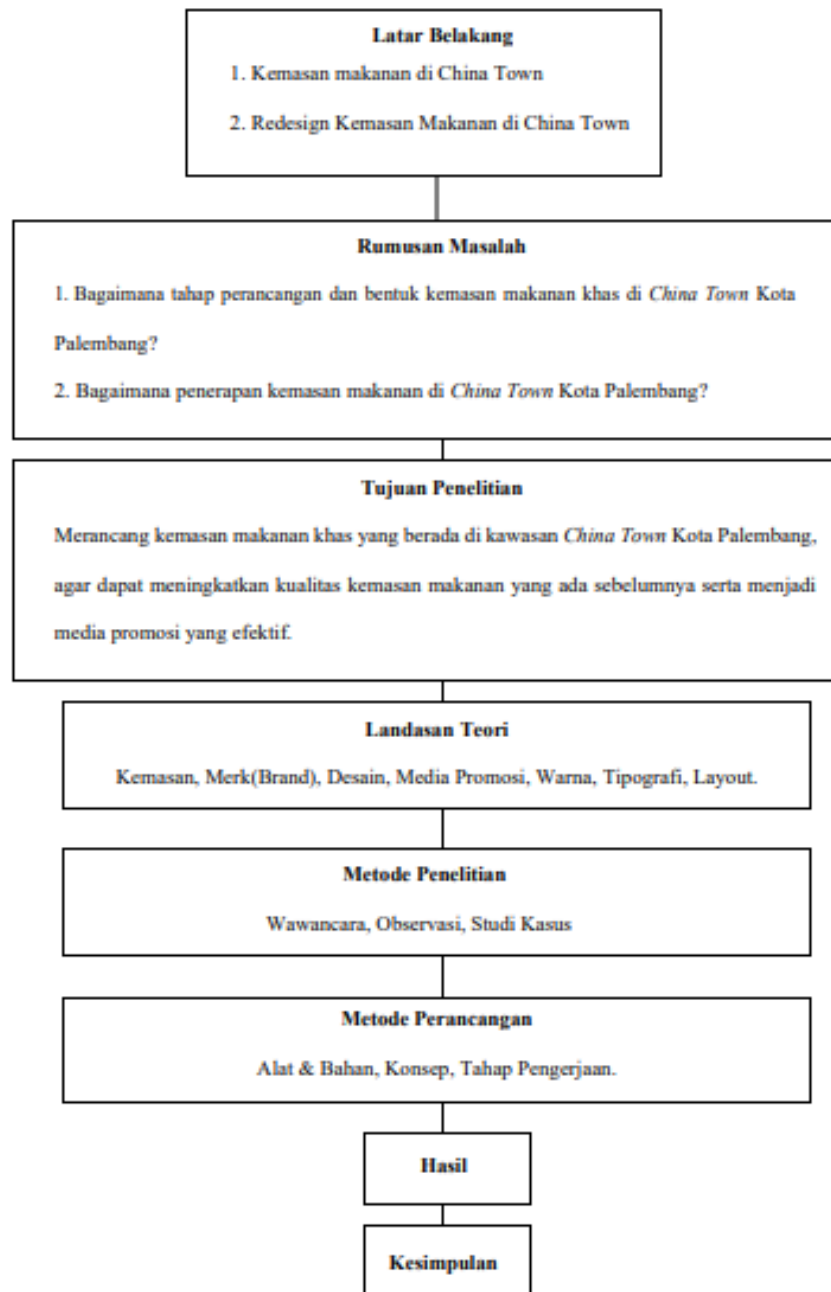
No	Nama	Tahun	Judul	Jurnal	Hasil Penelitian
1.	Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek	2021	Strategi Perancangan Kemasan Baru <i>Home Industry Lans Mooncake</i>	Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) SENADA, Vol.4, April 2021	Diharapkan dengan perancangan kemasan baru lans <i>mooncake</i> dapat meningkatkan penjualan, menjadi daya tarik dan daya saing dengan memasukan <i>trend</i> masa kini

2.	Egi Anwari, Ella Meilani, Oktarina Prasetyowati	2017	Perancangan Grafis Kemasan Makanan Burayot Sebagai Oleh-oleh Khas Garut	Jurnal DEKAVE Vol.10, No.2, 2017	Diharapkan dengan perancangan kemasan baik akan lebih meningkatkan citra <i>brand</i> , sehingga akan dikenal luas oleh konsumen dan mampu memiliki daya saing di pasar.
----	--	------	--	---	--

Penulis menggunakan beberapa jurnal sebagai acuan, yang pertama adalah jurnal penelitian (Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, dan Mendy Hosana Melkisedek, 2021) dengan judul Strategi Perancangan Kemasan Baru *Home Industry Lans Mooncake*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan perancangan kemasan baru dapat meningkatkan penjualan serta menjadi daya tarik bagi konsumen dan dapat bersaing di *trend* masa kini.

Jurnal kedua adalah jurnal penelitian (Egi Anwari, Ella Meilani, dan Oktarina Prasetyowati, 2017) dengan judul Perancangan Grafis Kemasan Makanan Burayot Sebagai Oleh-oleh Khas Garut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas kemasan jadi lebih baik dari sebelumnya, dapat bersaing dipasar dan kemasan tersebut dapat menjadi media promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat.

### 2.3 Kerangka Pemikiran



## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jadwal dan Tempat Penelitian

#### 3.1.1 Tempat Penelitian

Penulis melakukan Penelitian dikawasan *China Town* Kota Palembang atau Pasar Sayangan yang berlokasi jalan Himalaya Pasar 16 ilir Kota Palembang, Sumatera Selatan.

#### 3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian pada tabel 3.1 dilakukan sekitar empat bulan, terhitung mulai Maret 2021 hingga Juli 2021 dengan rincian dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

No.	Jenis Kegiatan	Tahun 2021																													
		Bulan																													
		Maret					April					Mei					Juni					Juli					Agustus				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Wawancara				■	■	■	■	■	■																					
2.	Observasi				■	■	■	■	■	■																					
3.	Studi Kasus																														
4.	Pengerjaan Proposal				■	■	■	■	■	■																					
5.	Ujian Proposal																														
6.	<i>Idea Phase</i>				■	■	■	■	■	■																					
7.	<i>Design Phase</i>																														
8.	<i>Feasibility Phase</i>																														
9.	<i>Capability</i>																														
10.	<i>Launching</i>																														
12.	Pengerjaan Laporan Tugas Akhir																														
13.	Pameran																														
14.	Ujian Tugas Akhir																														

### 3.2 Teknik pengumpulan data

Penulis memperoleh informasi yang dapat dipertanggung jawabkan sehingga data yang dihasilkan menjadi data yang akurat. Data yang dikumpulkan memiliki fungsi penting untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam perancangan desain kemasan makanan khas *China Town*.

#### 3.2.1 Wawancara

Menurut Yusuf (2017: 372) wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.

Penulis melakukan wawancara terbuka secara langsung pada gambar 3.1 kepada pemilik rumah makan di kawasan *China Town* Kota Palembang.



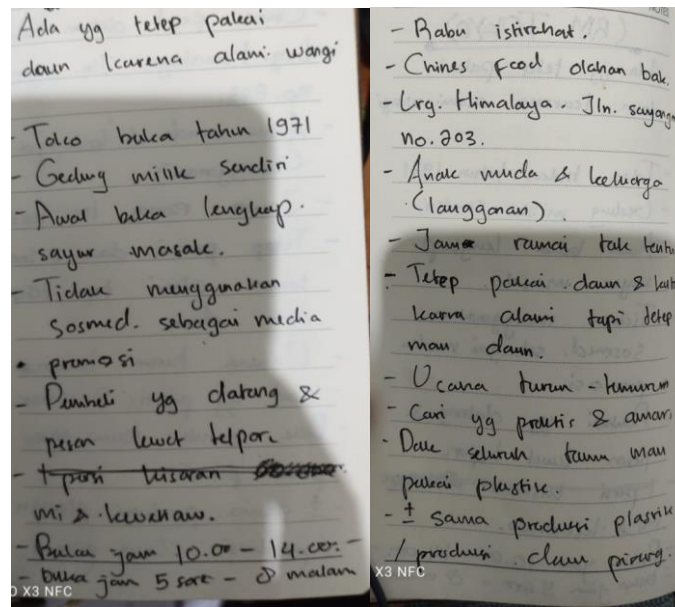
**Gambar 3.1 Proses Wawancara Pengusaha kuliner**

(Sumber: Rio Chandra, 2021)

Berikut pada gambar 3.2 catatan hasil wawancara dengan salah satu pemilik usaha yang berada di Kawasan *China Town* Kota



Palembang. Penulis mendapatkan informasi yang lebih *detail* seperti tahun buka toko 1971 dan tidak melakukan promosi lewat sosial media dan kebanyakan pelanggan adalah konsumen lama.



**Gambar 3.2** hasil Wawancara Pengusaha kuliner

(Sumber: Rio Chandra, 2021)

### 3.2.2 Observasi

Menurut Tersiana (2018: 12) observasi merupakan penelitian dengan melakukan pengamatan menyeluruh pada sebuah kondisi tertentu. Penulis pada gambar 3.3 dan 3.4 melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Berikut adalah gambar hasil pengamatan penulis dilapangan.



**Gambar 3.3 Kemasan wadah ikan goreng saus tiram**

(Sumber: Rio Chandra, 2021)



**Gambar 3.4 Kemasan Mie ayam atau Mie pangsit**

(Sumber: Rio Chandra, 2021)

### **3.2.3 Studi Pustaka**

Menurut Zed dalam Supriyadi (2016: 85) Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Penulis melakukan

pengumpulan data dengan memperoleh informasi dari beberapa jurnal buku, dan *website* serta sumber-sumber data lainnya yang dapat mendukung penelitian atau laporan yang dikerjakan.

### **3.3 Teknik Perancangan**

Pada tahap ini, penulis akan menentukan konsep perancangan desain kemasan agar dapat menjadi tolak ukur pembuatan desain kemasan makanan diantaranya konsep visual, konsep warna dan konsep huruf.

#### **3.3.1 Konsep Visual**

Konsep visual yang akan dibuat adalah suatu kemasan yang memiliki fungsi sebagai pembungkus makanan dan sebagai media promosi *China Town* Palembang. Konsep keseluruhan desain kemasan ini nantinya berisi tentang desain bertema *China* yang secara keseluruhan berisi grafis bernuansa *Oriental* dengan dominasi warna merah, memiliki logo utama *China Town* yang menggunakan *font Made in China* dan untuk keterangan lainnya ditulis dengan *font Roboto*. Pada pembuatan *packaging line*, grafis *Oriental* dan Logo *China Town* akan di *trace* menggunakan Adobe Illustrator.

##### **3.3.1.1 Kemasan Makanan Primer**

Penulis merancang desain kemasan makanan primer dengan meletakkan tulisan info sosial media, tempat nama konsumen, alamat toko, #makanlur, logo, serta *list* menu yang dijual pada sisi kemasan. Menggunakan *font Roboto*

yang berwarna hitam dan merah. Warna pada desain kemasan menggunakan warna merah dan putih serta dengan *ornament* ombak, awan dan bambu.

### **3.3.1.2 Kemasan Makanan Sekunder (*handler*)**

Penulis membuat pegangan untuk kemasan primer agar memudahkan konsumen untuk membawa kemasan ketika dibawa pulang dan juga berfungsi sebagai tempat menaruh sumpit, tusuk gigi, ataupun saus cabe bungkus kecil, Pada sisi *handler* meletakkan tulisan #makanlur, alamat toko, serta logo.

### **3.3.1.3 Kemasan *box* dus**

Penulis membuat *desain cover* untuk *box* dus dengan meletakkan logo dan tulisan #makanlur, serta selamat menikmati. *Box* ini guna bila konsumen membeli lebih dari satu produk dan kapasitas *box* ini memuat empat buah *packaging* primer.

## **3.3.2 Konsep Warna**

Pada gambar 3.5 Konsep warna yang akan digunakan pada desain kemasan ini akan bertema *Tionghoa* dengan dominasi warna merah dan gradasi Alasan penulis menggunakan warna tersebut karena sesuai dengan kebudayaan *China*. Menurut Handinoto dalam Soni Sadono dan Agus Dody Purnomo (2020: 442) warna merah menyimbolkan warna api dan darah, yang dihubungkan dengan dengan kemakmuran dan keberuntungan. Merah juga simbol

kebijakan, kebenaran, dan ketulusan. Warna merah juga dihubungkan dengan arah, yaitu arah selatan, dan sesuatu yang positif.



**Gambar 3.5 *Sample* warna merah**

(Sumber: Victor Herta Prasetia, 2021)

### **3.3.3 Konsep Huruf/tipografi**

Pada gambar 3.6 Konsep huruf yang akan digunakan penulis dalam desain kemasan ini adalah jenis huruf Dekoratif dan *San Serif*.

#### **3.3.3.1 *Font* dekoratif: *Made in China***



**Gambar 3.6 Jenis huruf *Made in China***

(Sumber: Victor Herta Prasetia, 2021)

Menurut Lia Anggraini dan Kirana Nathalia (2018: 63) Huruf jenis dekoratif merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk huruf

yang sudah ada ditambah hiasan dan *ornament*, atau garis-garis dekoratif. Jenis *font* dekoratif ini memiliki gaya huruf yang mirip dengan huruf *China* sehingga sangat sesuai dengan kesan *Oriental*. Alasan penulis memilih *Made in China* karena *font* memiliki bentuk seperti huruf *China* sehingga kesan budaya *China* yang ditampilkan jauh lebih kuat.

### 3.3.3.2 Font Sans serif: Roboto

ABCDEFGHIJKLMN  
 OPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmn  
 opqrstuvwxyz  
 1234567890

**Gambar 3.7 Jenis huruf *Roboto***

(Sumber: Victor Herta Prasetia, 2021)

Menurut Danton Sihombing (2017: 118) Kata ‘*Sans*’ dalam bahasa Prancis berarti ‘tanpa’. *Sans Serif* pengertian sederhananya adalah adalah huruf tanpa *serif* atau kait. Jenis *font Sans serif* ini memiliki gaya huruf yang sederhana dan tegas sehingga pada gambar 3.7 Penulis memilih *Roboto* karena *font* tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sehingga cocok untuk tulisan yang menjelaskan keterangan informasi dalam desain kemasan.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan judul yang dipilih oleh penulis yaitu “Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas *China Town* Kota Palembang”, maka ruang lingkungnya hanya dibatasi pada perancangan kemasan dan logo di Kawasan *China Town* Kota Palembang.

### **3.5 Alat dan Bahan**

#### **3.5.1 Alat**

Penulis menggunakan beberapa alat yang berbeda yang dibutuhkan untuk membuat karya. Berikut beberapa alat yang digunakan:

##### **3.5.1.1 Laptop**

Penulis menggunakan dua *unit* laptop yaitu Lenovo ideapad 100 dengan *procesor* Intel Core i3, RAM 10Gb, VGA Nvidia Geforce dan HDD 320 Gb juga laptop acer aspire 3 dengan *procesor* Amd Ryzen 5 2500U RAM 12GB dan VGA Radeon Vega 8 penyimpanan data SATA 256GB dan HDD 1TB.

##### **3.5.1.2 Pen Tablet**

Penulis menggunakan pen *tablet* Wacom Intuos CTH 690 untuk membuat garis dengan unsur *China* dikarenakan agak sulit membuat garis tersebut dengan menggunakan *mouse*.

### **3.5.1.3 Kamera dan Tripod**

Penulis menggunakan kamera untuk foto produk dan juga proses dokumentasi. Kamera *DSLR* yang digunakan adalah Nikon D5300 beserta lensa kit dan juga tripod.

### **3.5.1.4 Sketchbook**

Penulis menggunakan *sketchbook* pada tahap sketsa logo, sketsa bentuk kemasan produk, dan juga sketsa desain.

### **3.5.1.5 Adobe Photoshop**

Adobe Photoshop merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah foto/gambar. Penulis menggunakan Adobe Photoshop untuk mengedit foto produk, menyesuaikan warna foto dan juga *mockup*

### **3.5.1.6 Adobe Illustrator**

Adobe illustrator merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk membuat ilustrasi/desain dengan format *vector* Penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk membuat logo, membuat desain *cutting* kemasan untuk dicetak, mengolah grafis dan tata letak

## **3.5.2 Bahan**

Penulis memilih kertas konstruk 310gr untuk bahan kemasan karena bahan tersebut memiliki ketebalan yang cukup untuk menjadi sebuah wadah. Penulis juga memilih *laminating food grade* untuk



bagian dalam kemasan yang bersentuhan dengan kemasan, karena tidak memindahkan racun atau bahan berbahaya ke makanan dalam keadaan apapun termasuk jika makanan tersebut dalam keadaan panas. Kertas konstruk dilaminating pada bagian dalam kemasan agar aman mencegah makanan menyentuh langsung bagian kertas serta membuatnya tahan pada air.

### **3.6 Tahap Pengerjaan**

#### **3.6.1 *Idea Phase***

Penulis mencari ide-ide yang akan diwujudkan menjadi sebuah desain kemasan setelah mengamati kemasan makanan yang digunakan saat ini terlalu sederhana secara kualitas dan kurang menarik perhatian konsumen. Kemasan yang digunakan saat ini hanya berbahan kertas polos tipis dan daun pisang diikat dengan karet.



**Gambar 3.8 Kemasan Lama**

(Sumber: Rio Chandra, 2021)

Pada gambar 3.8 di atas kemasan tidak ada identitas produk yang dapat mendukung menarik minat pembeli, serta sebagai media promosi. Pada tahap ini penulis membuka pemikiran untuk mencari jenis desain kemasan yang sedang menjadi tren di masyarakat, dan memilih unsur budaya *China* sesuai dengan lingkungan tempat usaha, dan juga kemasan yang aman dan menarik minat konsumen.

### **3.6.2 *Design Phase***

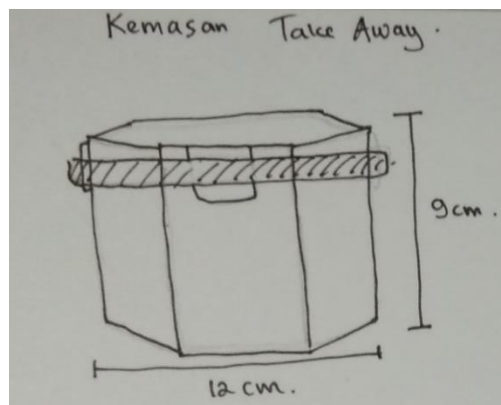
Penulis mulai membuat konsep desain berdasarkan ide yang sudah dipilih. Pada tahap desain ini masih dibagi menjadi tiga proses, yaitu:

### a. *Conceptual Design*

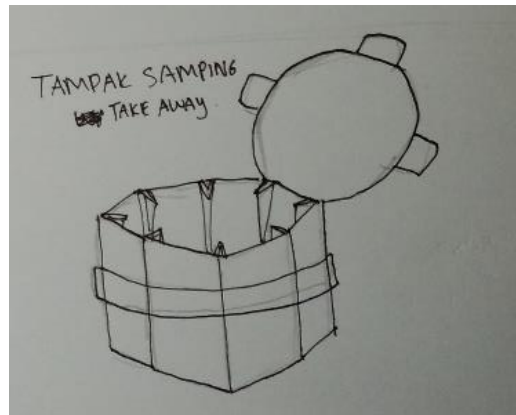
Pada tahap ini penulis membuat konsep desain yang sesuai dengan tujuan penulis yaitu meningkatkan kualitas kemasan juga sebagai media promosi, kemasan baru nantinya juga dapat sebagai wadah/piring ketika disajikan dengan bahan *Food Grade* serta ditambah *handler* kemasan yang memudahkan konsumen untuk membawa kemasan serta *box* dus yang dapat digunakan saat konsumen membeli produk lebih dari satu agar mudah untuk dibawa menggunakan kendaraan seperti *Gofood*, *Grab* dan sejenisnya.

### b. *Embodiment Design*

Pada gambar 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 3.14, 3.15 dan 3.16 Penulis mulai membuat pengembangan dari konsep desain yang sudah dipilih yaitu dengan membuat sketsa bentuk *body* desain yang meliputi bentuk geometri, dan komponen bentuk.



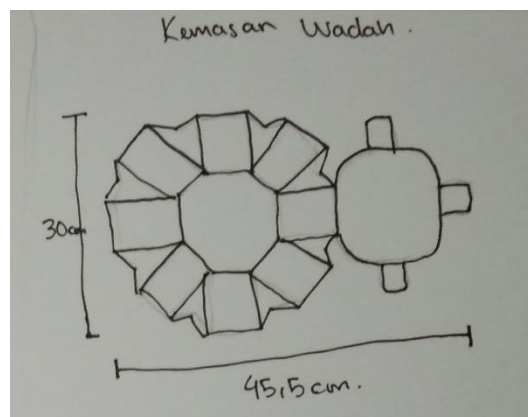
**Gambar 3.9 Sketsa Kemasan Primer**



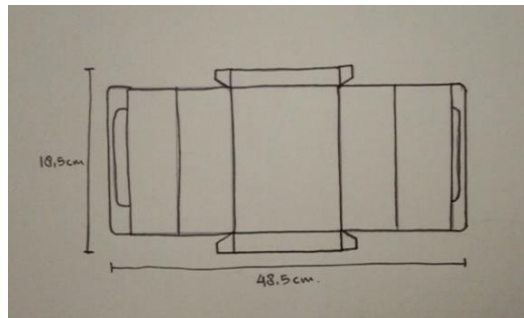
**Gambar 3.10 Sketsa Kemasan Primer**



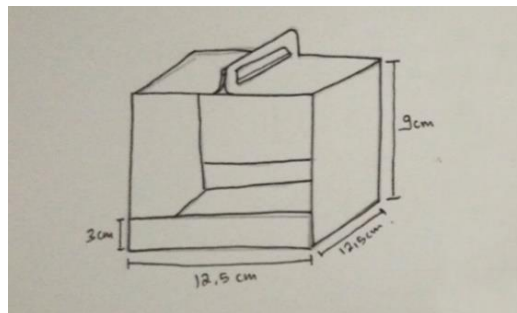
**Gambar 3.11 Sketsa Kemasan Primer**



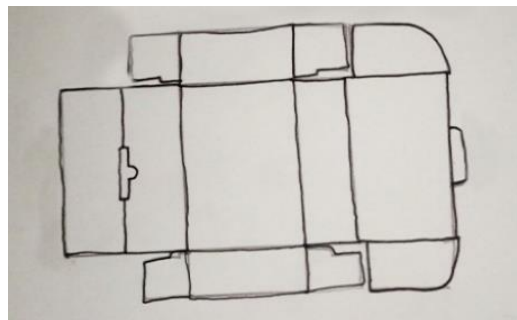
**Gambar 3.12 Sketsa Kemasan Primer**



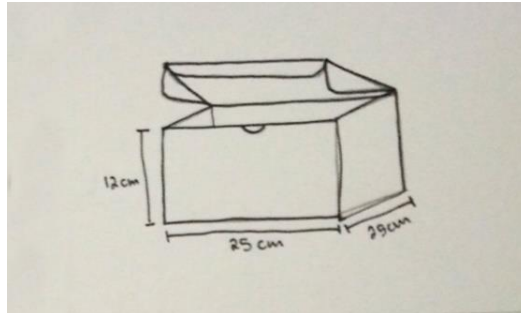
**Gambar 3.13 Sketsa Kemasan Sekunder**



**Gambar 3.14 Sketsa Kemasan Sekunder**



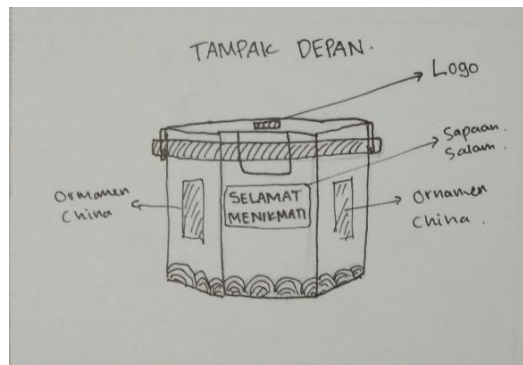
**Gambar 3.15 Sketsa Kemasan *Box***



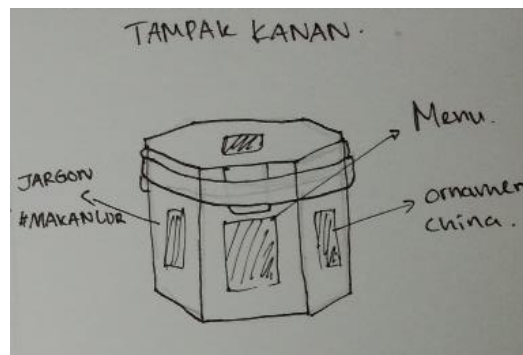
**Gambar 3.16 Sketsa Kemasan Box**

**c. Detail Design**

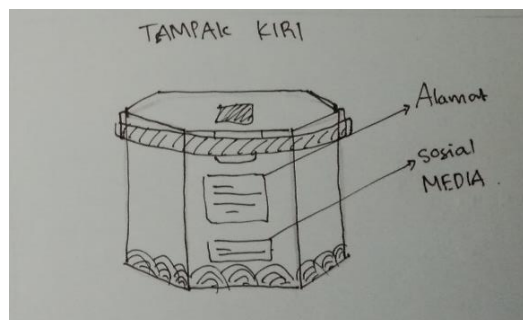
Pada gambar 3.17, 3.18, 3.19, dan 3.20 Pada tahap ini penulis telah membuat setiap *detail* dari desain yang sudah memiliki bentuk, terdiri bagian penutup kemasan utama diletakkan logo, pada bagian samping diletakkan gambar *vector* bertema *chinese* (daun bambu dibagian sisi atas, *patern* setengah lingkaran dibagain sisi bawah, dan awan dibagian sisi tengah), pemilihan warna merah, putih, emas dan hitam sebagai latar, bagian belakang kemasan diletakkan tulisan daftar menu, #makanlur, alamat toko, sosial media, serta tabel nama konsumen, dan pada bagian depan diletakkan tulisan selamat makan, Penulis menempatkan setiap grafis yang sudah dibuat sesuai dengan sketsa desain kemasan yang telah dibuat.



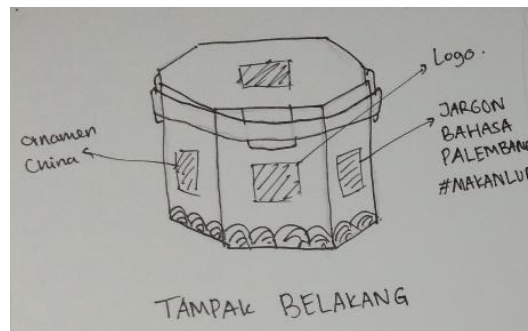
**Gambar 3.17 Sketsa Kemasan Primer**



**Gambar 3.18 Sketsa Kemasan Primer**



**Gambar 3.19 Sketsa Kemasan Primer**



**Gambar 3.20 Sketsa Kemasan Primer**

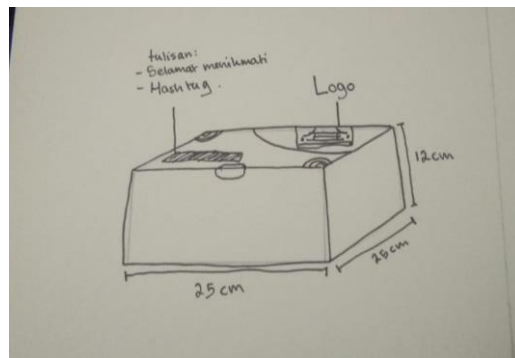
Pada gambar 3.21 *Handler* kemasan diletakan logo pada bagian atas, pada bagian samping juga diletakan logo dan patern setengah lingkaran, bagian bawah kiri diletakan tulisan #makanlur, dan bagian bawah kanan diletakan tulisan alamat lokasi *China Town*.



**Gambar 3.21 Sketsa Kemasan Sekunder**

Pada gambar 3.22 *Box Dus* pada bagian kanan atas diletakan Logo, bagian kiri bawah diletakkan tulisan selamat menikmati dan #makanlur, pada bagian kiri atas dan kanan bawah diletakkan patern setengah lingkaran yang menjadi salah satu ciri khas desain kemasan.





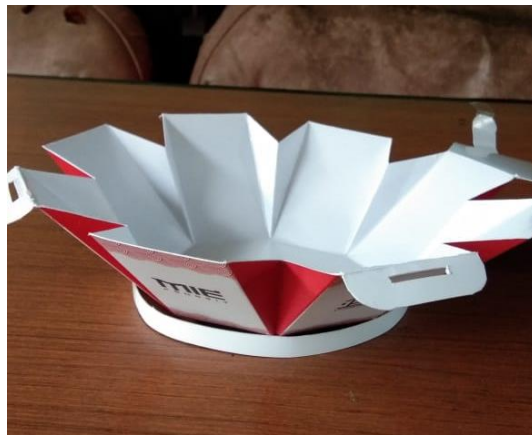
**Gambar 3.22 Sketsa Kemasan Box**

### 3.6.3 Feasibility Phase

Pada gambar 3.23, 3.24, 3.25, 3.26, dan 3.27 Penulis melanjutkan tahap selanjutnya yaitu mulai membuat replika kemasan dalam ukuran kecil, untuk melihat apakah ada kekurangan dalam bentuk kemasan. Penulis menggunakan warna merah, emas dan hitam sebagai warna pada kemasan.



**Gambar 3.23 Replika Kemasan Primer**



**Gambar 3.24 Replika Kemasan Primer**



**Gambar 3.25 Replika Kemasan Primer**



**Gambar 3.26 Replika Kemasan Sekunder**



**Gambar 3.27 Replika Kemasan *Box***

#### **3.6.4 *Capability***

Pada gambar 3.28, 3.29, 3.30, 3.31, 3.32, 3.33, dan 3.34 tahap ini, replika desain kemasan yang sudah dilihat kekurangannya disempurnakan kembali. Penulis mencari bahan cetak dan menyempurnakan *packing line* desain kemasan tersebut lalu memulai untuk proses pencetakan dalam jumlah tertentu.



**Gambar 3.28 Kemasan Primer**



**Gambar 3.29 Kemasan Primer**



**Gambar 3.30 Kemasan Primer**



**Gambar 3.31 Kemasan Sekunder**



**Gambar 3.32 Kemasan Sekunder**



**Gambar 3.33 Kemasan Box**



**Gambar 3.34 Kemasan *Box***

### **3.6.5 *Launching***

Pada tahap akhir ini, desain kemasan yang sudah selesai dicetak, di lakukan pengecekan kembali dengan kemasan yang sudah dibuat, menyiapkan media promosi dan diperkenalkan ke konsumen.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis**

Analisis sebagai tahap penyesuaian masalah yang ada untuk memperoleh gambaran objek secara menyeluruh. Tahapan analisis dilakukan sebelum tahapan desain dan diperlukan untuk mendapatkan kesimpulan dari permasalahan yang dihadapi. Terdapat beberapa analisis yaitu analisis visual, huruf, dan warna.

#### **4.2 Analisis Visual**

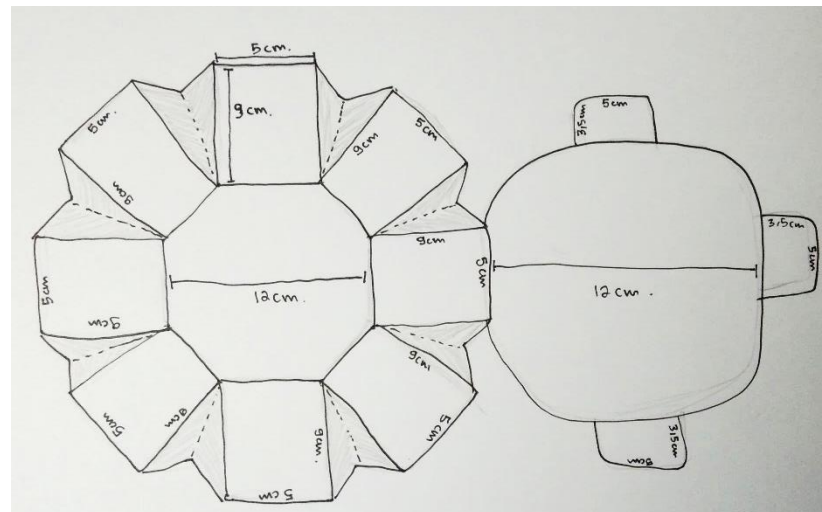
Analisis yang dilakukan setelah mendapat konsep yang telah dipilih terdapat beberapa hasil visual berupa proses awal sketsa, *detail layout*, replika kemasan dan hasil dari desain. Maka semua perancangan sesuai dengan konsep desain.

##### **4.2.1 Sketsa ukuran kemasan**

Penulis membuat sketsa dan menentukan ukuran untuk kemasan primer, sekunder(*handler*) dan *box* dus.

###### **4.2.1.1 Sketsa ukuran kemasan primer**

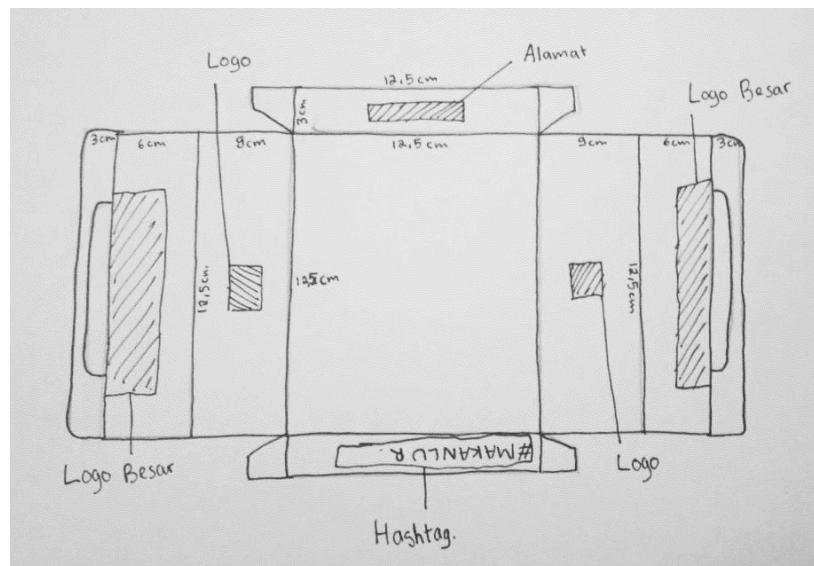
Pada gambar 4.1 ukuran dari kemasan primer Memiliki lebar 12 cm dan tinggi 9 cm alas wadah berbentuk piring (segi 8) dengan lebar 30 cm.



**Gambar 4.1 sketsa ukuran kemasan primer**

#### 4.2.1.2 Sketsa ukuran kemasan sekunder

Pada gambar 4.2 ukuran kemasan sekunder mempunyai lebar 12,5 cm, Panjang 12,5 cm dan tinggi 12

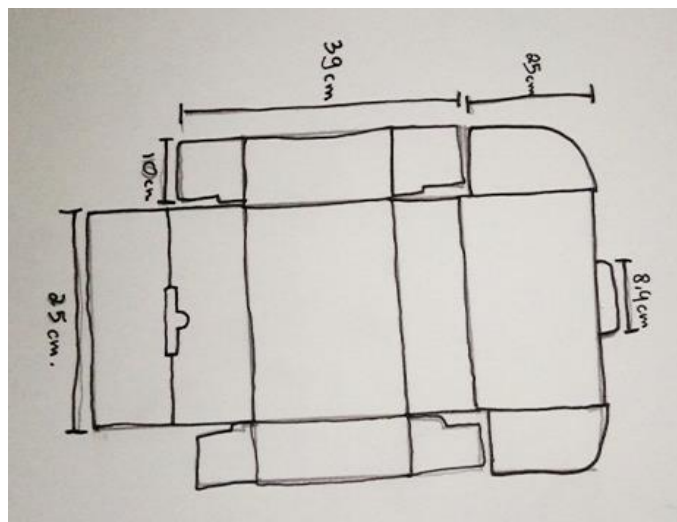


**Gambar 4.2 sketsa ukuran kemasan sekunder**



#### 4.2.1.3 Sketsa ukuran *box* dus

Pada gambar 4.3 ukuran sketsa kemasan box dus memiliki Panjang 25 cm, lebar 25 cm, dan tinggi 12 cm.



Gambar 4.3 Sketsa ukuran kemasan box dus

### 4.3 Analisis Huruf

Pada gambar 4.4 dan 4.5 pemilihan konsep huruf yang penulis gunakan adalah jenis huruf dekoratif dan *sans serif*. Huruf dekoratif ini digunakan pada pembuatan logo dan tulisan selamat makan pada *desain packaging*. Huruf *Sans Serif* digunakan pada tulisan *list* menu, #makanlur, alamat, sosial media, dan tabel konsumen. Jenis Huruf yang digunakan adalah *Made in China* dan *Roboto*.

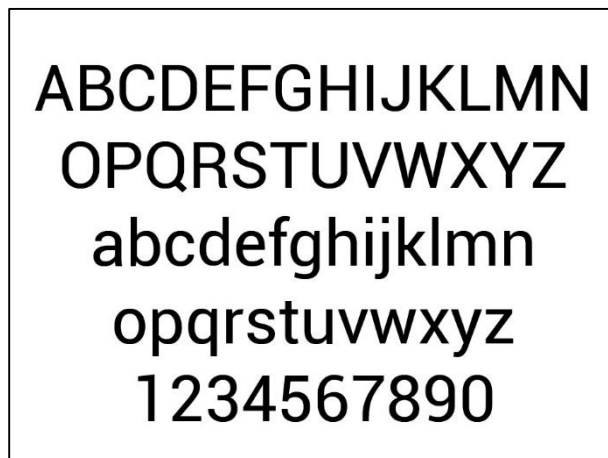
a. *Font dekoratif: Made in China*



Gambar 4.4 Jenis huruf *Made in China*

(Sumber: Victor Herta Prasetia, 2021)

b. *Font Sans serif: Roboto*

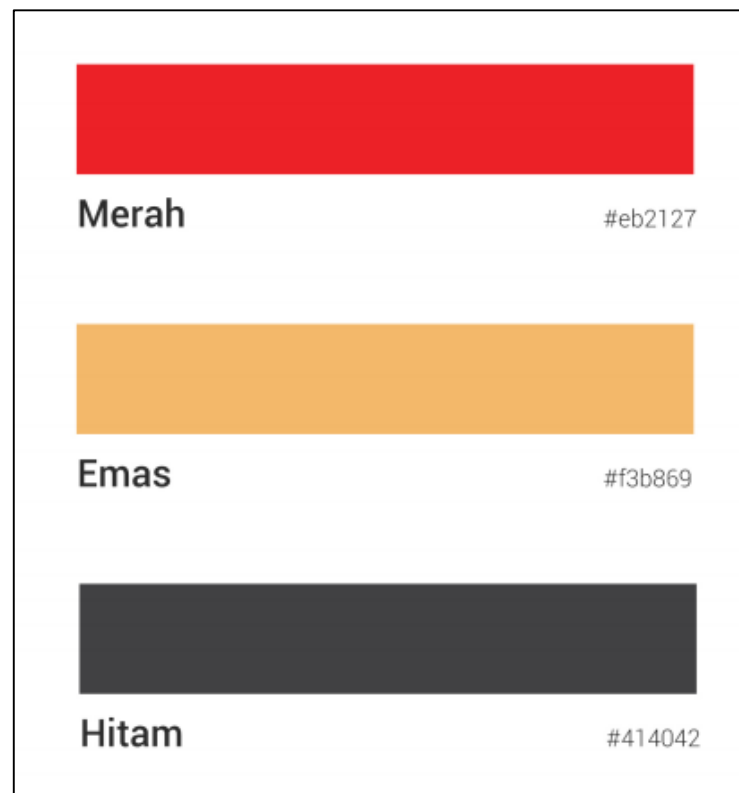


Gambar 4.5 Jenis huruf *Roboto*

(Sumber: Victor Herta Prasetia, 2021)

#### 4.4 Analisis Warna

Pada gambar 4.6 konsep warna yang akan digunakan pada desain kemasan ini bertema *Tionghoa* dengan ciri khas dominasi warna merah, emas, dan warna hitam sebagai pelengkap.

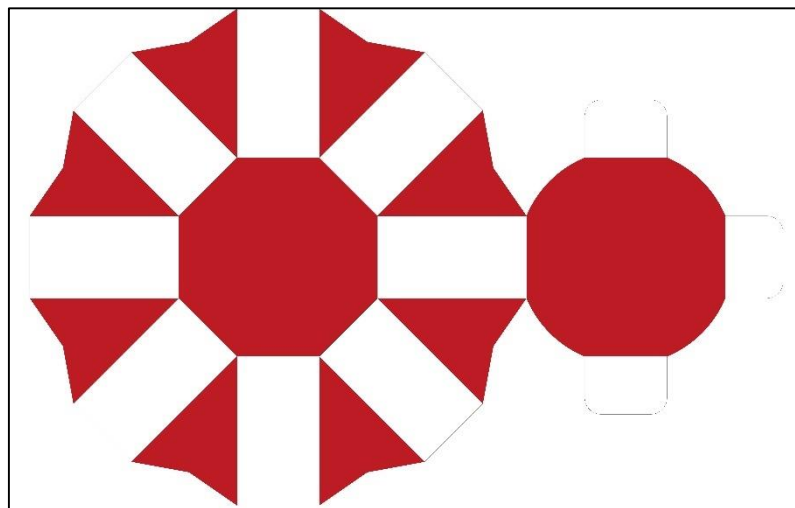


**Gambar 4.6** Warna merah, emas, dan hitam.

## 4.5 Perancangan

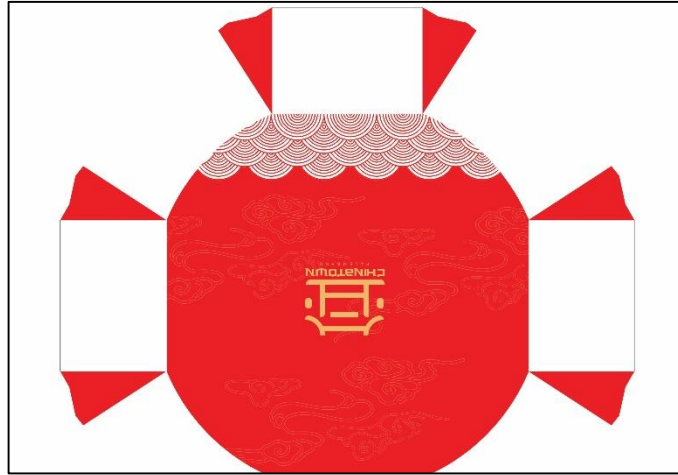
Tahapan penulis dalam perancangan desain kemasan makanan khas china town adalah sebagai berikut:

1. Penulis membuat sketsa awal desain kemasan primer, sekunder, dan *box* dus menggunakan alat tulis dan menentukan layout dan ukuran.
2. Selanjutnya pada gambar 4.7 penulis membuat desain kemasan primer dalam bentuk digital menggunakan Adobe Illustrator. Warna yang digunakan dalam desain yaitu warna merah sesuai dengan tema lokasi.



**Gambar 4.7 Proses desain kemasan primer**

3. Tahap ketiga pada gambar 4.8 penulis menambahkan desain gambar *ornament* ombak dan tulisan, kemudian juga ditambahkan logo yang telah dibuat pada bagian atas atau tutup kemasan pada desain kemasan.



**Gambar 4.8** Proses Penambahan gambar dan tulisan tampak atas.

4. Pada gambar 4.9 Bagian depan diletakkan tulisan selamat makan serta logo sebagai *background*, diletakkan juga *ornament* ombak dan daun bambu. Warna huruf yang dipilih adalah warna merah.



**Gambar 4.9** Proses penambahan logo dan tulisan tampak depan

5. Pada gambar 4.10 bagian sisi kanan kemasan diletakan *ornament* ombak dan daun bambu juga tulisan tabel nama konsumen agar mudah dikenali dan alamat toko agar konsumen dapat mencari tempat produk dijual.



**Gambar 4.10** Proses penambahan tulisan pada sisi kanan

6. Pada gambar 4.11 bagian sisi kiri kemasan diletakan *ornament* ombak dan daun bambu dan tulisan #makanlur dan sosial media bila konsumen ingin mencari informasi lebih tentang produk.



**Gambar 4.11** Proses penambahan gambar dan tulisan pada sisi kiri

7. Tahap ke tujuh pada gambar 4.12 bagian belakang kemasan diletakkan *ornament* daun bambu dan ombak, diletakkan juga daftar menu makanan agar memudahkan konsumen mengenali pesanan.



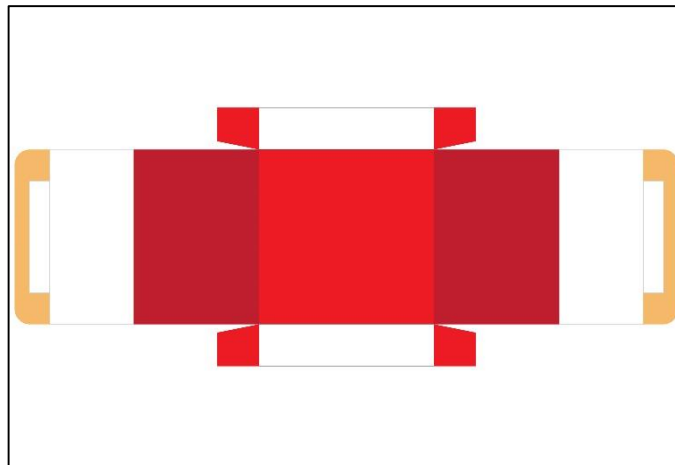
**Gambar 4.12** Proses penambahan tulisan tampak belakang

8. Kemasan primer ini memiliki segel pada gambar 4.13 yang berfungsi untuk mengunci body kemasan agar kuat dan aman dan warna pada segel yaitu gradasi merah.



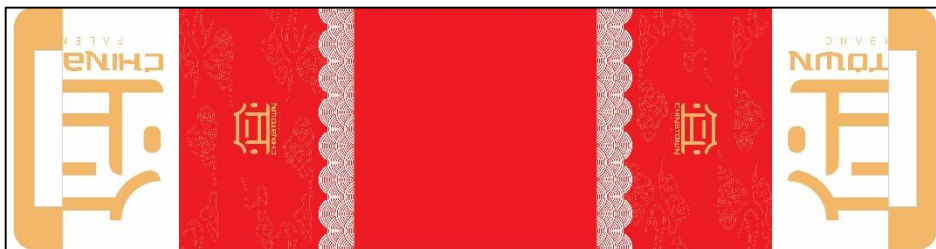
**Gambar 4.13** proses desain segel kemasan primer

9. Selanjutnya pada tahap ke sembilan, pada gambar 4.14 penulis membuat desain kemasan sekunder dengan perpaduan dua warna merah dan emas.



**Gambar 4.14** Proses desain kemasan sekunder

10. Pada tahap sepuluh pada gambar 4.15 penulis meletakkan logo pada sisi depan dan belakang, *ornament* ombak dan juga awan.



**Gambar 4.15** Penambahan logo dan ornament pada sisi depan dan belakang

11. Pada gambar 4.16 bagian depan kemasan sekunder diletakkan tulisan #makanlur dan pada bagian belakang diletakkan tulisan alamat toko.



Bagian depan

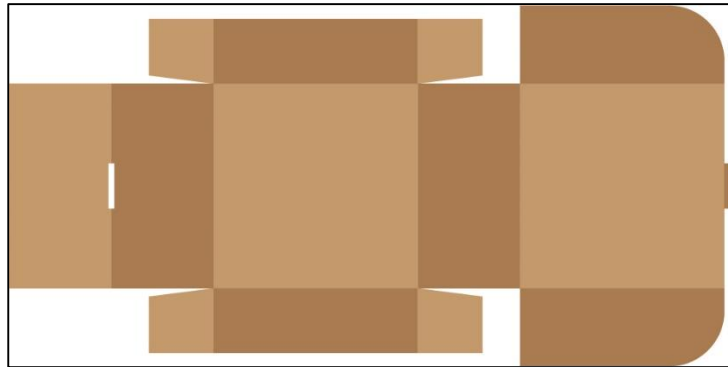


Bagian belakang

**Gambar 4.16** Penambahan tulisan pada bagian depan dan belakang

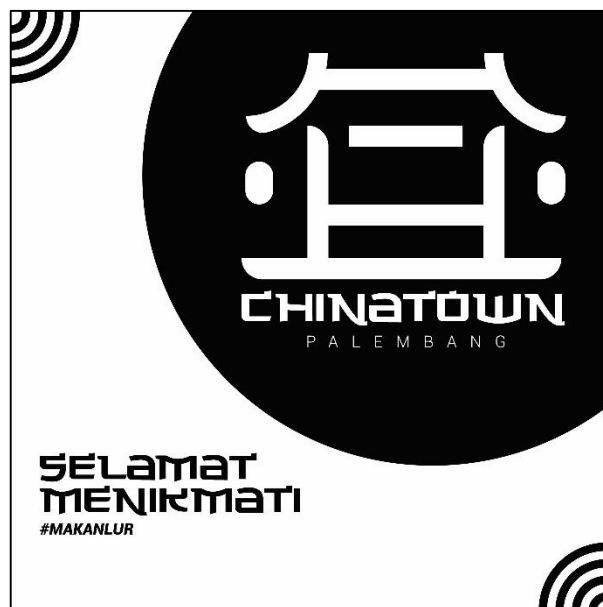


12. Tahap ke dua belas pada gambar 4.17 penulis membuat kemasan sekunder ke dua yaitu *box* dus dengan warna dasar dus coklat.



**Gambar 4.17** Proses desain *box* dus

13. Pada gambar 4.18 bagian atas *box* dus menggunakan warna hitam dengan meletakkan logo dan tulisan selamat menikmati serta #makanlur pada pada atas *box* dus.



**Gambar 4.18** Proses desain sekunder ke dua *box* dus

#### 4.6 Hasil dan Pembahasan

Setelah melalui banyak proses diatas, dan kemasan primer juga telah dilakukan revisi dan pembenahan agar benar-benar dapat sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Setelah semua proses tersebut selesai, kemasan dapat dicetak dengan bahan konstruk dan *laminating foodgrade*. Berikut gambar 4.19 dan 4.20 adalah hasil kemasan yang dicetak.



**Gambar 4.19 Hasil kemasan primer**



**Gambar 4.20 Hasil kemasan primer**

Selanjutnya adalah gambar 4.21 dan 4.22 hasil kemasan sekunder (*handler*) yang digunakan untuk membawa kemasan primer agar aman dibawa, selain itu juga dapat menempatkan sumpit, tusuk gigi dan saus pada kemasan sekunder.



**Gambar 4.21 Hasil kemasan sekunder (*handler*)**



**Gambar 4.22 Hasil kemasan sekunder (*handler*)**

Dan hasil kemasan terakhir pada gambar 4.23 dan 4.24 yaitu kemasan *box* dus yang digunakan saat produk dibeli lebih dari satu oleh konsumen. Memudahkan konsumen untuk membawa produk yang dibeli.



**Gambar 4.23** hasil kemasan *box* dus



**Gambar 4.24** hasil kemasan *box* dus

## 4.7 Media pendukung

### a. Mug



**Gambar 4.25 Penerapan desain pada mug**

Pada gambar 4.25 diatas adalah contoh penerapan desain yang telah dibuat pada mug dengan meletakkan logo dan *ornament* ombak serta menggunakan *background* merah sebagai latar.

### b. Tumbler



**Gambar 4.26 Penerapan desain pada tumbler**

Gambar 4.26 adalah penerapan lain dari desain pada *tumbler* dengan bahan plastik, pada bagian dalam terdapat dua lapis sehingga aman saat dipakai.

**c. Stiker**



**Gambar 4.27 Penerapan desain pada stiker**

Pada gambar 4.27 adalah media pendukung berupa stiker dibuat dengan menggunakan bahan *quantac* dengan ukuran 7cm x 6cm. penulis menggunakan tiga warna pada gambar logo.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan dari proses dari laporan tugas akhir diatas, maka Penulis mendapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan desain grafis ini merupakan salah satu karya dalam bidang Desain Komunikasi Visual.
2. Pembuatan kemasan makanan khas *China Town* ini dimaksudkan untuk dapat menjadi referensi alternatif bagi pengusaha kuliner di Kawasan tersebut memiliki kemasan baru dengan kualitas baik dan menjadi media promosi.
3. Desain grafis kemasan ini menampilkan hasil visual yang *modern*, diharapkan dapat menarik minat dikalangan anak muda.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat Penulis sampaikan setelah membuat kemasan makanan khas *China Town* Kota Palembang adalah sebagai berikut:

1. untuk mewujudkan pembuatan kemasan baru perlunya inovasi dan kreatifitas agar tujuan dari konsep dapat terlaksana.
2. Dalam perancangan diperlukan ketelitian, ketenangan dan kecermatan serta melakukan pemeriksaan setelah selesai membuat rancangan, agar desain yang dibuat dapat berfungsi sebagai mana keinginan.
3. Mencari banyak referensi dan pendapat para ahli tentang perancangan kemasan sebagai bahan pertimbangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Anindita, Marsha dan Menul Teguh Riyanti. 2016. *Tran Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Dimensi DKV. Vol. 1. No. 1. ISSN 2502- 7425.
- Cahyanti, Oktaviana. 2015. *Pengaruh Periklanan Dan Pameran Dalam Meningkatkan Jumlah Saldo Tabungan Simpeda Bank Jatim Basuki Rahmat Surabaya*. E-Jurnal Manajemen Kinerja. Vol.1. No. 2. ISSN 2407-7305.
- Danton Sihombing. 2017. *Tipografi dalam Desain Grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Egi Anwari, Ella Meilani, Oktarina Prasetyowati. 2017. *PERANCANGAN GRAFIS KEMASAN MAKANAN BURAYOT SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS GARUT*. JURNAL DEKAVE. Vol.10. No.2.
- Guruh Ramdani. 2019. *Desain Grafis*. PT. IPB Press. Bogor.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kartika, Darsono Sony. 2017. *Seni Rupa Modern*. Rekayasa Sains. Bandung.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Pearson Education. Harlow.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of marketing: global edition (14th ed.)*. Pearson Education, Inc. New Jersey, US.
- Lia Anggraini, Kirana Nathalia. 2018. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia. Bandung.
- Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, dan Mendy Hosana Malkisedek. 2021. *STRATEGI PERANCANGAN KEMASAN BARU HOME INDUSTRY*



LANS MOONCAKE. SENADA. Vol.4. p-ISSN 2655-4313. e-ISSN 2655-2329.

Moleong, lexy j. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT remaja rosdakarya offset. Bandung.

Rustan, Surianto. 2017. *Huruf Font Tipografi Edisi 2017*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sembiring, Dermawan. 2014. *Wawasan Seni*. Unimed Press. Medan.

Stefanny Cynthia Devi, Hadah Muallimah. 2019. *PERANCANGAN KEMASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI BORONDONG MAJALAYA*. Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif. Vol. 01. No. 01. E-ISSN: 2714-9978.

Soewito, Yudhi. 2013. *Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio*. Jurnal EMBA. Vol.1. No.3. Hal. 218-229. ISSN 2303-1174.

Soni Sadono, Agus Dody Purnomo. 2020. *AKULTURASI BUDAYA ISLAM DAN TIONGHOA DALAM ARSITEKTUR MASJID AL IMTIZAJ CIKAPUNDUNG BANDUNG*. Gorga: Jurnal Seni Rupa. Volume 09. Nomor 02. p-ISSN: 2301-5942. e-ISSN: 2580-2380.

Supriyadi. 2016. *COMMUNITY OF PRACTITIONERS: SOLUSI ALTERNATIF BERBAGI PENGETAHUAN ANTAR PUSTAKAWAN*. Lentera Pustaka 2 (2): 83-93. ISSN: 2302-4666.

Susanto, Mikke. 2012. *Diksi Rupa*. Dictiart Lab. Yogyakarta.

Taat Kuspriyono. 2017. *Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar*, Perspektif, Vol. XV. No. 2. ISSN: 2550-1178.

Tersiana, Andra. 2018. *Metode Penelitian. Start Up*. Yogyakarta.

- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual – Penanda Zaman Masyarakat Global*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Widhiarso, Yoni and Sukadi. 2013. *Rancang Bangun Media Promosi Dan Pemesanan Online Bagas Motor Berbasis Web*. Vol.2. No.1. ISSN: 2302-1136.
- Yana Erlyana, Ressiani. 2020. *PERANCANGAN BUKU DESAIN KEMASAN “BASIC OF PACKAGING”*. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. Vol. 06. No. 02.
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana. Jakarta.