

**PERANCANGAN KEMASAN
KAJENG HANDYCRAFT INDUSTRI
DENGAN PENDEKATAN EKOEFISIENSI DESAIN**



PERANCANGAN

Oleh:

Endah Pamulatsih

0911828024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

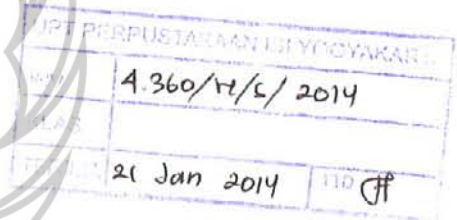
JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) YOGYAKARTA

2013

**PERANCANGAN KEMASAN
KAJENG HANDYCRAFT INDUSTRI
DENGAN PENDEKATAN EKOEFISIENSI DESAIN**



Oleh:
Endah Pamulatsih
0911828024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) YOGYAKARTA
2013**

**PERANCANGAN KEMASAN
KAJENG HANDYCRAFT INDUSTRI
DENGAN PENDEKATAN EKOEFISIENSI DESAIN**



Oleh:
Endah Pamulatsih
0911828024

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1
dalam bidang Desain Komunikasi Visual
2013**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

PERANCANGAN KEMASAN KAJENG HANDYCRAFT INDUSTRI DENGAN PENDEKATAN EKOEFISIENSI DESAIN: diajukan oleh Endah Pamulatsih, NIM 091 1828 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 26 November 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Drs. Hartono Karnadi M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Pembimbing II / Anggota

Fx. Widyatmoko, M.Sn.
NIP. 19750710 200501 1 001

Cognate / Anggota

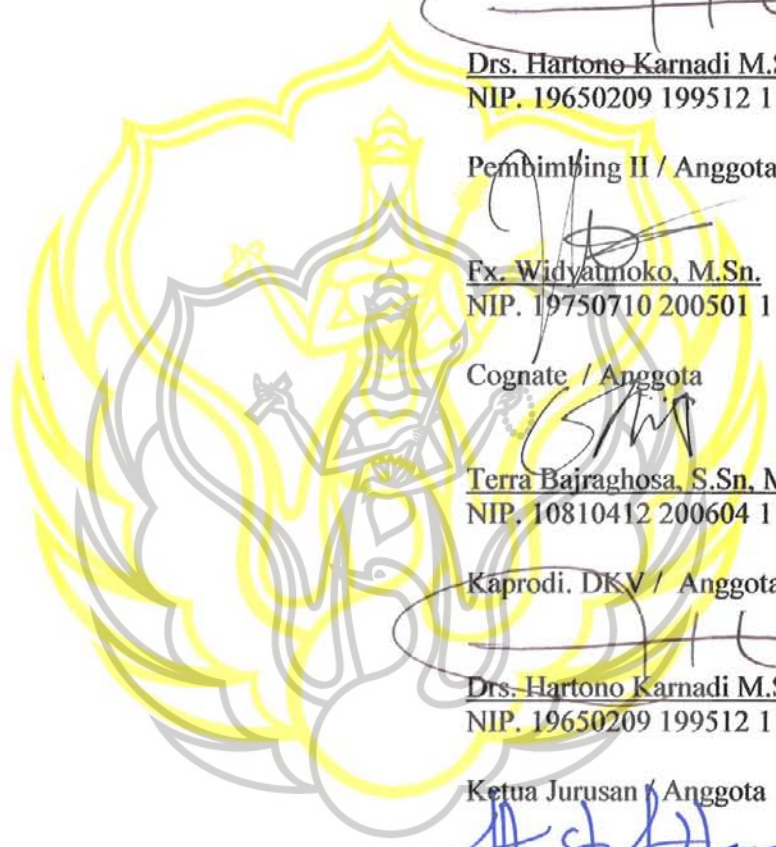
Terra Bajraghosa, S.Sn, M.Sn.
NIP. 10810412 200604 1 004

Kaprodi. DKV / Anggota

Drs. Hartono Karnadi M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan / Anggota

M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP. 19701019 199903 100 1



Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwati, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Endah Pamulatsih
NIM : 0911828024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : **Perancangan Kemasan Kajeng Handycraft Industri
Dengan Pendekatan Ekoeffisiensi Desain**

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh perancangan desain yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain di lingkungan Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh pertanggungjawaban dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 7 November 2013

Endah Pamulatsih
(NIM: 0911828024)



UNTUK TUHAN PEMILIK SEGALA CINTA & CIPTAAN, ALLAH SWT:
"TERIMAKASIH BANYAK ATAS KESEMPATAN YANG KAU BERI,
UNTUK MENGENALMU KEMBALI"
UNTUK KEDUA ORANG TUAKU TERKASIH:
"INI BARU AWALAN ..."

KATA PENGANTAR

Perancangan Kemasan Kajeng Handycraft Industri Dengan Pendekatan Ekoefisiensi Desain ini merupakan salah satu upaya penulis untuk menjawab kegelisahan para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya Kajeng Handycraft Industri yang umumnya kesulitan menemukan desain yang sesuai dengan spesifikasi produknya. Selain itu perancangan ini juga berusaha menjawab kegelisahan pribadi penulis mengenai sampah yang mayoritas berasal dari jenis limbah kemasan. Dengan adanya korelasi permasalahan tersebut maka dengan masih terbatasnya bekal pengetahuan penulis mencoba menjawabnya dalam perancangan ini.

Pendekatan ekoefisiensi merupakan bagian dari sederet istilah ramah lingkungan yang mulai populer ketika isu Pemanasan Global mengglobal yang mana mekanisme utamanya ialah pemikiran ulang "*re-think*" yang dilakukan sejak awal kemasan dikonsepsikan. Secara personal, pendekatan ini menjadi semacam tanggungjawab moral seorang desainer komunikasi visual dalam "melihat" berbagai kemungkinan akhir dari daur hidup sebuah karya desain.

Meskipun sudah maksimal secara personal, namun perancangan ini masih memiliki banyak kelemahan dari berbagai aspek, kedepannya penulis berharap akan ada penambahan khasanah pengetahuan dan pengembangan dari perancangan desain khususnya kemasan lainnya yang dapat menyempurnakan perkembangan desain ramah lingkungan di berbagai lingkup khususnya prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sehingga perancangan kemasan maupun jenis perancangan dan penelitian serupa dapat benar-benar diaplikasikan juga berkontribusi pada lingkungan, tidak hanya sekadar materi prasyarat kelulusan tingkat strata satu.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih dan syukur tak terhingga untuk Allah Ta'alla, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan segala rahmatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini tentunya tidak akan terwujud tanpa bantuan orang-orang di sekitar penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Hartono karnadi, M. Sn., selaku dosen pembimbing I sekaligus Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan bapak FX. Widyatmoko, M. Sn selaku dosen pembimbing II, yang tidak pernah bosan memberi pengarahan, nasehat yang bermanfaat, dan info-info terkini.
2. Bapak Indiria Maharsi M.Sn., selaku dosen wali.
3. Bapak Terra Bajraghosa, S.Sn. M.Sn. selaku cognate yang telah memberi banyak wawasan baru tentang teknik-teknik pengemasan.
4. M. Sholahuddin, S.Sn., MT. selaku Ketua Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Segenap staff pengajar, karyawan dan teman-teman di lingkungan DKV dan Studio Diskom.
6. Bapak dan Ibu, serta mbah Abu dirumah yang selalu memberikan dukungan dengan doa dan cinta kasih yang luar biasa.

Terimakasih penulis haturkan untuk segenap angkatan yang telah menggembleng kepribadian selama makrab, PPAK, juga kejutan-kejutan dalam keseharian yakni; Otak Kanan 2003 terutama mbak Upit buat *sharing* pengetahuan kemasan selama ini, Origami 2004 terutama mbak Badar buat kisi-kisi dulu sebelum test masuk DKV, Kotak Pensil 2005 khususnya mas Sony atas bimbingan moral, spiritual & perjalanan sunyi-nya, Asimetri 2006, Sapoe Lidi 2007, Langit Biru 2008 terutama mbak Alin, mbak Alit, mbak Tari, mas Imam, mas Rato dan kawan-kawan buat acara-acara seru yang selama ini mereka bikin,

teman-teman seperjuangan 2009 Nakula Sadewa; Sekar, Yayu, Namuri, Fajareka, Ida, Nervi, Icha & Ronny, Dandy, Fitri Mbambul, Ebrina, Wana & Helen, Dewi, Danang, Uki, Yongky, Hendy, Dodik, Uyak, Iwan, Ega, Adi, Stormy, Bagus, Rifky, Sidik, Wisnu Lele, Apip, Andri, Agung, Dito, Ditya, Zulfa, Laras, Kiki, Dinda, Meda, Aryka, Beni, Anjar, Sabel, Manto, Anda, Ronang, Amy, Hanif, Yosi, Felix, Rivo, Ariel, Asep, teman-teman Taling Tarung 2010 serta angkatan 2011, 2012, dan 2013 yang tidak dapat penulis sebut satu persatu. Juga teman-teman Kerja Profesi (KP) di Honfablab beserta staffnya terutama mbak Ira & pak Tomy selama proses KP serta bung Andi Stiller untuk desain *Donught Shelf*-nya, teman-teman seangkatan KP di Honfablab dari Desain Produk Universitas Kristen Duta Wacana; Rita, Toni, Cristine, Ahong, dan Marcel.

Terimakasih pula penulis haturkan untuk segenap staf Lesehan Studio terutama Fajareka, Bayu Harditama, Riri & mas Hendra atas kesempatan yang diberikan menjadi background artist selama pembuatan komik “Jalan Komik” & “Bornman”, teman-teman Libstud terutama Ronny, mas Agung, dan mas Farid buat cipratan rejekinya, mas Gama, mbak Senja, dan mas Lelaki Budiman Kotasis atas *share* dan info-info kerennya, teman-teman Letitika Prio, Dapur Kreatif Studio, Nowhere studio buat rumah-kedua pengerjaan Tugas Akhir, Yudhi & Nuklis buat ilmu komputer dan pinjaman RAM-nya, Rosyid buat pinjaman Pen-Genius, Lia, Yudithi, teman-teman semasa kecil untuk segala support. Tak lupa suara-suara Illahiyah yang terbias dalam Macapat Syafaat lengkap dengan pak Emha, Kiai Kanjeng, dan Letto yang turut mewarnai jejak-jejak pencarian penulis.

ABSTRAK

Endah Pamulatsih

Perancangan Kemasan Kajeng Handycraft Industri Dengan Pendekatan Ekoefisiensi Desain

Kajeng Handycraft Industri merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memproduksi puzzle/mainan edukasi berkualitas ekspor dan ramah lingkungan namun belum memiliki kemasan yang bersinergi dengan kualitas produknya. Sehingga tujuan perancangan ini antara lain adalah merancang kemasan *puzzle* Kajeng serta media pendukung lainnya dengan pendekatan ekoefisiensi desain sebagaimana produknya yang juga ekoefisien.

Ekoefisiensi merupakan pendekatan yang dipergunakan pada perancangan ini. Proses desain diawali dengan mempertimbangkan batasan atas pemilihan dan penggunaan tata letak, desain komprehensif, sejumlah bahan dasar, pengukuran, penentuan teknik, visualisasi, labeling, dan pengujian.

Setelah dilakukan pengujian, dapat disimpulkan bahwa pendekatan ekoefisiensi merupakan pendekatan perancangan yang cukup fleksibel karena tidak semua aspeknya mutlak dipergunakan, tidak saklek namun mengandung sejumlah tantangan. Meski desain ini belum mencapai taraf pendekatan desain yang berkelanjutan (*Sustainable*) tapi pendekatan ini diharapkan mampu mengajak konsumen menjadi partner untuk berpartisipasi dalam upaya pengurangan sampah setelah kemasan suatu produk telah habis masa pakainya.

Kata Kunci: Kemasan, Mainan edukasi, Ekoefisiensi, *Sustainable Design*

ABSTRACT

Kajeng Handycraft Industry is one of the Small and Medium Enterprises (UKM, Id) that produce puzzle/educational toy export quality and environmentally friendly but yet have no a packaging synergy with the quality of the product. So the purpose of this design include designing packaging puzzle Kajeng and other supporting media ecoefficiency design approach as well as its products are ekoefisien.

Ecoefficiency was the approach used in this design. The design process began by considering restrictions on the selection and use of layout, design comprehensively, a number of basic materials, measurements, determination techniques, visualization, labeling, and testing.

*After testing, concluded that the ecoefficiency approach was flexible enough because not all aspects absolutely have to be used, but contains a number of challenges. Although this design has not yet reached the level of sustainable design approach (*Sustainable*) but this approach was expected to encourage consumers to be partners in the effort of participate reducing packaging waste after a product has been taken out of service.*

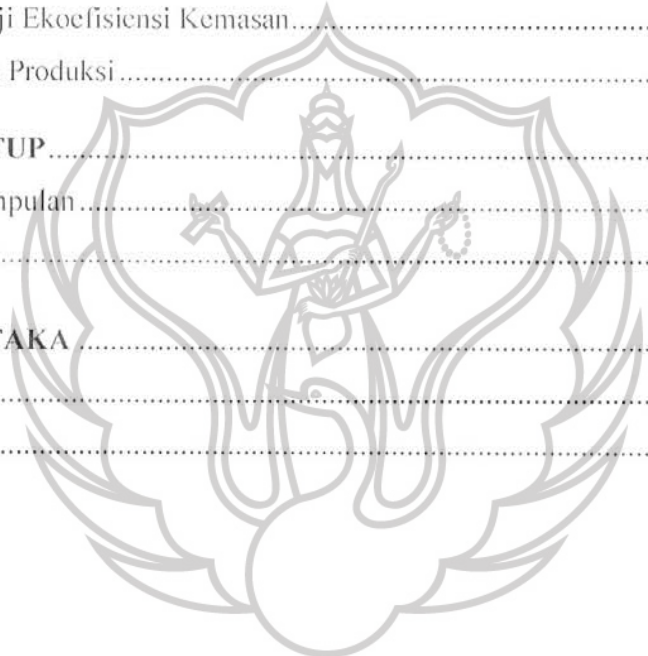
Keyword: Package, Educational toy, Ecoefficiency, *Sustainable Design*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	5
D. Lingkup Perancangan.....	5
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
1. Data Awal	6
2. Metode Pengumpulan Data.....	7
3. Metode Analisis Data.....	7
G. Skematika Perancangan.....	8
BAB II: IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	
A. Identifikasi Data.....	9
1. Tinjauan Perancangan.....	9
2. Tinjauan Teoritis	9
a. Tinjauan Kemasan	9
b. Tinjauan Produk	49
c. Tinjauan Ekoefisiensi	58

B. Analisis Data.....	73
1. Analisis Produk.....	73
2. Analisis Media.....	76
3. Analisis Fitur Kemasan.....	76
4. Simpulan Analisis.....	78
BAB III: PENDAHULUAN.....	81
A. Konsep Kreatif.....	81
1. Tujuan Perancangan.....	81
2. Konsep Estetika.....	81
3. Tujuan Kreatif.....	82
B. Strategi Kreatif.....	84
1. <i>Content</i> /Informasi Kemasan.....	84
2. Bahan/material Dasar Kemasan.....	86
3. Sistem Buka-Tutup.....	87
4. Gaya Desain.....	88
C. Konsep Media.....	97
1. Media Utama.....	97
2. Media Pendukung.....	100
BAB IV: PROSES DESAN/VISUALISASI.....	102
A. Konsep Kreatif Penjaringan Ide Bentuk Kemasan.....	102
1. Pola kemasan primer (<i>primary package</i>).....	102
2. Pola kemasan sekunder (<i>secondary package</i>).....	108
B. Pengembangan Logo/ <i>Brandname</i> /Nama Varian.....	110
1. Pengembangan Logo/ <i>Brand name</i>	110
2. Pengembangan Logotype Varian.....	117
C. <i>Layout</i> Desain Awal.....	118
1. <i>Primary packaging</i>	118
2. <i>Secondary packaging</i>	125

3. Media Pendukung.....	127
D. Pengembangan Desain	130
1. <i>Primary packaging</i>	130
2. <i>Secondary packaging</i>	146
E. Final Design.....	148
1. <i>Primary packaging</i>	148
2. <i>Secondary packaging</i>	155
3. Media Pendukung.....	157
F. Uji kemasan	159
1. Uji Ketahanan	159
2. Uji Ekofisiensi Kemasan.....	160
G. Biaya Produksi.....	161
BAB V: PENUTUP	166
A. Kesimpulan.....	166
B. Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA	169
GLOSARIUM	171
LAMPIRAN	172



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skematika Perancangan.....	8
Gambar 2. Daun pisang masih digunakan sebagai kemasan tempe	16
Gambar 3. Perang kemasan di supermarket.....	18
Gambar 4. Contoh kemasan mainan yang estetik namun memerlukan bahan, energi dan menghasilkan sampah dalam jumlah besar.....	19
Gambar 5. Kemasan bentuk Bujur sangkar	21
Gambar 6. Kemasan bentuk tabung berbahan karton.....	22
Gambar 7. Kemasan bentuk tabung berbahan alumunium	23
Gambar 8. Kemasan bentuk tabung berbahan kaca	23
Gambar 9. Kemasan bentuk tabung berbahan plastik	24
Gambar 10. Kemasan <i>pouch</i>	25
Gambar 11. Kemasan <i>tube</i>	26
Gambar 12. Kemasan <i>press</i>	26
Gambar 13. Kemasan <i>sack</i> kertas	27
Gambar 14. Kemasan <i>saschet</i>	28
Gambar 15. Kemasan botol plastik	29
Gambar 16. Kemasan botol kaca.....	29
Gambar 17. Kemasan <i>paper bottle</i>	30
Gambar 18. Kemasan <i>cup</i>	31
Gambar 19. Kemasan <i>Blister</i> yang dapat dipakai lagi	31
Gambar 20. Kemasan segi enam	32
Gambar 21. Kemasan ekoefisiensi dengan tanpa warna	32
Gambar 22. Ilustrasi produk dalam kemasan memvisualisasikan isi produk didalamnya	34
Gambar 23. Contoh grafis informasi instruksional	34
Gambar 24. Kemasan ekoefisiensi dengan ilustrasi manual dan dicetak <i>screenprint</i> dengan 2 warna.....	35
Gambar 25. Kemasan dengan teknik ilustrasi fotografi	36
Gambar 26. Kemasan dengan teknik digital	36

Gambar 27. Kemasan dengan teknik visualisasi campuran.....	37
Gambar 28. Bahan kertas.....	39
Gambar 29. Kemasan kardus.....	41
Gambar 30. Aneka kemasan plastik	42
Gambar 31. Kemasan botol kaca	42
Gambar 32. Kemasan berbahan logam.....	43
Gambar 33. Kemasan UKM berbahan alumunium foil.....	44
Gambar 34. Bahan jute/goni	44
Gambar 35. Bola atau <i>Magic Ball</i>	51
Gambar 36. Oval	52
Gambar 37. Bintang atau <i>Magic Star</i>	52
Gambar 38. Apollo	53
Gambar 39. 5 Pillar	53
Gambar 40. Candi Jepang atau <i>Japanesse Crystal</i>	54
Gambar 41. Kubus Renteng atau Dadu Renteng	54
Gambar 42. Kondisi <i>display</i> di stand mainan Mirota Kampus.....	58
Gambar 43. Contoh ekolabel dari lembaga sertifikasi dan standarisasi ekolabeling Indonesia yang telah didaftarkan secara Internasional.....	61
Gambar 44. Logogram 3R karya dari Gary Anderson	65
Gambar 45. Kemasan modem Aha dari Asia	67
Gambar 46. Kemasan modem Esiamax-d dari Asia.....	68
Gambar 47. Kemasan <i>refill</i> merupakan bagian dari <i>reuse</i> untuk <i>me-reduce</i>	69
Gambar 48. Kemasan Puma Clever Bag	70
Gambar 49. Infografis yang menerangkan daur hidup, proses pengepakan, dan penggunaan kemasan sepatu merek Puma setelah habis masa pakainya	70
Gambar 50. Contoh produsen kertas daur ulang (<i>recycle</i>) secara massal	71
Gambar 51. Contoh hasil daur ulang (<i>recycle</i>) untuk keperluan pribadi	72
Gambar 52. Produk UKM hasil <i>recycle</i> media iklan luar ruang.....	72
Gambar 53. Skema perancangan ekoefisiensi	79
Gambar 54. Sistem buka tutup <i>Standard tuck</i>	88

Gambar 55. Sistem buka tutup <i>Single tuck</i>	88
Gambar 56. Referensi bentuk desain label kemasan ekoeffisiensi <i>primary packaging</i>	89
Gambar 57. <i>Primary packaging</i> produk sejenis.....	89
Gambar 58. <i>Primary packaging</i> bergaya pop-vintage.....	89
Gambar 59. Referensi visual untuk <i>secondary packaging</i>	90
Gambar 60. Referensi visual untuk <i>secondary packaging doodle</i>	90
Gambar 61. Cokelat C:75 M:75 Y:100 K:50 dan merah C:0 M:100 Y:100 K:2..	91
Gambar 62. Cokelat C:75 M:75 Y:100 K:50 dan kuning C:0 M:20 Y:100 K:0 ..	92
Gambar 63. Cokelat C:75 M:75 Y:100 K:50 dan Hijau C:100 M:0 Y:100 K:0...	92
Gambar 64. logo Kajeng.....	93
Gambar 65. referensi ikon pop <i>doodle art</i> yang diaplikasikan dalam desain kemasan	94
Gambar 66. Font Freehand521 BT dari keluarga font script.....	95
Gambar 67. Font Comic Plain dari keluarga font sans serif.....	96
Gambar 68. Font Arial Bold-Italic dari keluarga font sans serif	96
Gambar 69. Kemasan lama Kajeng dengan plastik, selotape, label, dan cara memainkan yang terpisah-pisah/belum terintegasi	102
Gambar 70. Penjaringan dan penerapan bentuk dasar label kemasan untuk varian Ball, Oval, dan Apollo	103
Gambar 71. Penjaringan dan penerapan bentuk dasar label kemasan untuk varian Candi Jepang dan Kubus Renteng.....	104
Gambar 72. Penjaringan dan penerapan bentuk dasar label kemasan untuk varian 5 Pillar dan Bintang	104
Gambar 73. Sketsa bentuk dasar label kemasan <i>Magic Star</i> , Candi Jepang 5 Pillar, Kubus Renteng, Apollo, Oval, dan <i>Magic Ball</i> dalam 3 dimensi dan lembaran	105
Gambar 74. Pola dasar label kemasan varian Bola atau <i>Magic Ball</i>	106
Gambar 75. Pola dasar label kemasan varian Oval.....	106
Gambar 76. Pola dasar label kemasan varian Magic Star	106
Gambar 77. Pola dasar label kemasan varian Apollo.....	107

Gambar 78. Pola dasar label kemasan varian 5 Pillar	107
Gambar 79. Pola dasar label kemasan varian Candi Jepang.....	107
Gambar 80. Pola dasar label kemasan varian Kubus Renteng.....	108
Gambar 81. Sketsa bentuk dasar <i>secondary packaging</i> ukuran kecil dan besar dalam 3 dimensi dan lembaran	109
Gambar 82. Struktur pola kemasan sekunder ukuran kecil (atas) dan besar (bawah)	110
Gambar 83. logo awal Kajeng.....	111
Gambar 84. Sintesa bentuk, tekstur dan font.....	111
Gambar 85. Sketsa Hasil Pengembangan Ide Kajeng	111
Gambar 86. Sketsa hasil pengembangan ide logo Kajeng.....	112
Gambar 87. Logo terpilih, studi ukuran, dan positif-negatif.....	112
Gambar 88. Instrumen kuisioner untuk menguji respon audiens terhadap logo baru Kajeng.....	113
Gambar 89. Respon audiens terhadap logo baru Kajeng dalam skor skala 1-5....	114
Gambar 90. Respon audiens tentang kekhasan logo baru Kajeng	115
Gambar 91. Respon audiens tentang kesesuaian citra logo baru terhadap orientasi usaha Kajeng	115
Gambar 92. Studi Bentuk logotype varian <i>puzzle</i>	117
Gambar 93. Logotype varian <i>puzzle</i> yang terpilih	117
Gambar 94. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Bola atau <i>Magic Ball</i> ...	118
Gambar 95. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Bola atau <i>Magic Ball</i>	118
Gambar 96. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Bola atau <i>Magic Ball</i>	118
Gambar 97. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Oval	119
Gambar 98. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Oval	119
Gambar 99. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Oval.....	119
Gambar 100. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Bintang atau <i>Magic Star</i>	120

Gambar 101. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Bintang atau <i>Magic Star</i>	120
Gambar 102. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Bintang atau <i>Magic Star</i>	120
Gambar 103. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Apollo.....	121
Gambar 104. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Apollo.....	121
Gambar 105. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Apollo.....	121
Gambar 106. Sketsa bentuk label kemasan primer varian 5 Pillar.....	122
Gambar 107. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian 5 Pillar.....	122
Gambar 108. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian 5 Pillar.....	122
Gambar 109. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Candi Jepang.....	123
Gambar 110. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Candi Jepang.....	123
Gambar 111. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Candi Jepang...	123
Gambar 112. Sketsa bentuk label kemasan primer varian Kubus Renteng.....	124
Gambar 113. <i>Layout</i> sisi muka label kemasan primer varian Kubus Renteng.....	124
Gambar 114. <i>Layout</i> sisi belakang label kemasan primer varian Kubus Renteng.....	124
Gambar 115. Sketsa bentuk kemasan sekunder ukuran besar.....	125
Gambar 116. <i>Layout</i> kemasan sekunder ukuran besar.....	125
Gambar 117. Sketsa bentuk kemasan sekunder ukuran kecil.....	126
Gambar 118. <i>Layout</i> kemasan sekunder ukuran kecil.....	126
Gambar 119. Sketsa poster sekaligus ilustrasi kemasan sekunder.....	127
Gambar 120. <i>Layout</i> poster sekaligus ilustrasi kemasan sekunder.....	127
Gambar 121. Sketsa Website dan Social Media Banner.....	128
Gambar 122. <i>Layout</i> Facebook Banner.....	128
Gambar 123. <i>Layout</i> Twitter Banner.....	129
Gambar 124. <i>Layout</i> Website Banner.....	129
Gambar 125. Referensi ikon <i>Mouse</i> dan Amplop.....	130
Gambar 126. Logo <i>social media</i> Facebook dan Twitter.....	130
Gambar 127. Final <i>Layout Baseline</i> label kemasan primer.....	130
Gambar 128. Referensi serat kayu.....	131

Gambar 129. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang varian Oval.....	131
Gambar 130. selebaran <i>How to Play</i> varian Oval	132
Gambar 131. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Oval	132
Gambar 132. Proses Digital label kemasan varian Oval	133
Gambar 133. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang varian Bola atau <i>Magic Ball</i> .	134
Gambar 134. selebaran <i>How to Play</i> varian Bola atau <i>Magic Ball</i> yang lama	134
Gambar 135. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Bola atau <i>Magic Ball</i>	135
Gambar 136. Proses Digital label kemasan Bola atau <i>Magic Ball</i>	135
Gambar 137. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang.....	136
Gambar 138. selebaran <i>How to Play</i> varian Bintang atau <i>Magic Star</i> yang lama.....	136
Gambar 139. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Bintang atau <i>Magic Star</i>	137
Gambar 140. Proses Digital label kemasan Bintang atau <i>Magic Star</i>	137
Gambar 141. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang varian Apollo.....	138
Gambar 142. selebaran <i>How to Play</i> varian Apollo yang lama.....	138
Gambar 143. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Apollo.....	139
Gambar 144. Proses Digital label kemasan Apollo.....	139
Gambar 145. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang varian 5 Pillar.....	140
Gambar 146. selebaran <i>How to Play</i> varian 5 Pillar yang lama	140
Gambar 147. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian 5 Pillar	141
Gambar 148. Proses Digital label kemasan 5 Pillar	141
Gambar 149. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang varian Candi Jepang	142
Gambar 150. selebaran <i>How to Play</i> varian Candi Jepang yang lama	142
Gambar 151. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Candi Jepang.....	143
Gambar 152. Proses Digital label kemasan Candi Jepang	143
Gambar 153. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang Kubus Renteng	144
Gambar 154. selebaran <i>How to Play</i> varian Kubus Renteng yang lama	144
Gambar 155. Final <i>Layout</i> <i>How to Play</i> varian Kubus Renteng.....	145
Gambar 156. Proses Digital label kemasan Kubus Renteng.....	145
Gambar 157. Final <i>Layout</i> <i>Baseline</i> label kemasan primer	146
Gambar 158. Data visual lokasi-lokasi ikon wisata kota Yogyakarta.....	146

Gambar 159. Final <i>Layout</i> Grafis Latar belakang <i>Paperbag</i> besar, <i>Paperbag</i> kecil, Poster dan <i>Social Media Banner</i>	147
Gambar 160. Proses Digital <i>Paperbag</i> besar, <i>Paperbag</i> kecil, Poster dan <i>Social Media Banner</i> dalam <i>doodle map</i>	147
Gambar 161. Final Desain label kemasan varian Oval	148
Gambar 162. Final Desain label kemasan varian Bola atau <i>Magic Ball</i>	149
Gambar 163. Final Desain label kemasan varian Bintang atau <i>Magic Star</i>	150
Gambar 164. Final Desain label kemasan varian Apollo	151
Gambar 165. Final Desain label kemasan varian 5 Pillar.....	152
Gambar 166. Final Desain label kemasan varian Candi Jepang	153
Gambar 167. Final Desain label kemasan varian Kubus Renteng	154
Gambar 168. Final Desain kemasan sekunder/ <i>paperbag</i> ukuran besar	155
Gambar 169. Final Desain kemasan sekunder/ <i>paperbag</i> ukuran kecil	156
Gambar 170. Final Desain Poster.....	157
Gambar 171. Final Desain Facebook Banner	157
Gambar 172. Final Desain Twitter Banner.....	158
Gambar 173. Final Desain Website Banner.....	158
Gambar 174. Analisis Spiderweb Diagram	160

BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Ruang lingkup bidang kemasan dan pengemasan saat ini semakin luas, dari mulai bahan dasar yang sangat bervariasi hingga model atau bentuk dan teknologi pengemasan yang semakin canggih dan menarik. Namun segala macam teknik dan bentuk yang menarik tersebut sebagian besar akan berakhir menjadi limbah, buangan, atau dalam konteks umum yakni sampah setelah habis masa pakainya. Kaitannya dengan keefisiensi dan isu lingkungan, berapa produsen telah berupaya merespon isu global mengenai sampah dengan membubuhkan semacam himbauan dengan ekolabel yang sudah sering dicantumkan seperti 'Buang sampah di tempatnya' maupun yang baru dan serupa yakni *'Please Recycle'*.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal sebagai kota tujuan wisata yang menyajikan beragam khasanah budaya, sejarah, religi, pendidikan, dan sebagainya. Sebagai sebuah kota tujuan wisata, Yogyakarta memiliki berbagai macam buah tangan yang lahir dari pengrajin rumahan maupun rintisan sekelompok Usaha Kecil Menengah (UKM). Buah tangan atau oleh-oleh khas kota ini menjadi buruan wajib para turis domestik maupun mancanegara. Produsen tidak hanya memperhatikan ragam produknya saja tetapi juga dari desain kemasan yang ditampilkan menyertai produk tersebut sebagai salah satu cara memenangkan persaingan dalam menarik konsumen. Umumnya, kemasan produk kerajinan tersebut belum ada yang dirancang dengan pendekatan keefisiensi desain yang pada dasarnya merupakan bagian dari konsep desain berkelanjutan (*sustainable design*) yang merujuk pada 'manajemen lingkungan'.

Tujuan dari manajemen lingkungan yaitu untuk mendukung perlindungan lingkungan dan pencegahan pencemaran yang seimbang dengan kebutuhan sosial ekonomi. Daur ulang atau *Recycle* merupakan satu dari tiga gagasan 3R, yaitu *Reuse*, *Reduce*, dan *Recycle* yang mengklasifikasikan strategi

memanajemen sampah menurut jenisnya. Urutan hierarki sampah dari yang tertinggi ke yang terbawah yaitu pencegahan, pengurangan sampah, penggunaan kembali, daur ulang, penghematan energi, dan pembuangan yang konsep awalnya sudah ada sejak beberapa dekade lalu, yaitu sebagai strategi pengurangan sampah. Sampah menurut Undang Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2008 pada dasarnya merupakan sisa kegiatan manusia sehari-hari atau sisa proses alam yang berbentuk padat.

Tujuan utama ekofisiensi desain mengacu pada perancangan yang sedemikian rupa memanfaatkan sebesar-besarnya potensi produk dan menghasilkan sampah yang sesedikit mungkin sehingga produk yang dihasilkan mampu berpihak pada lingkungan. Pada kenyataannya hal tersebut belum cukup membantu terutama di Indonesia, solusi semacam *recycle* yang dianggap sebagai jawaban atas semakin banyaknya kemasan yang telah habis masa pakainya atau sampah, di beberapa tempat sudah berhasil, namun sebagian besar masyarakat belum menerapkannya, sebagian yang lain lagi cenderung apatis. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan dari (Suyana, 2010) sampah di Yogyakarta mencapai 300 ton per hari pada tahun 2009.

Selain itu ekofisiensi juga mempraktikkan konsep 3R (*Reduce, Reuse, dan Recycle*) secara utuh menuju tahapan *Sustainable Design*, meskipun belum sampai pada taraf *Sustainable Design* yang seutuhnya, karena *Sustainable Design* merupakan puncak tertinggi dari seluruh konsep desain yang erat kaitannya dengan memikirkan sejak awal akan keberlangsungan daur hidup (*life cycle*) suatu media, barang, dan atau produk atas tingkat keberpihakannya terhadap lingkungan sebelum proses produksi dimulai. Pendekatan *Sustainable Design* dirasa masih terlalu kompleks untuk dijadikan kesadaran publik (*public awareness*) di kalangan masyarakat Indonesia karena memerlukan pengetahuan, sikap, kontrol, pemikiran dan proses tindakan yang berlapis dalam memperlakukan masa hidup suatu media/barang/produk yang bersangkutan.

Dikatakan ekofisiensi desain sebab Ekofisiensi sendiri merupakan singkatan dari kata ekologi dan efisiensi dimana kata ini mengimplikasikan

bahwa peningkatan efisiensi berasal dari perbaikan kinerja lingkungan. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) pada akhir tahun 1992 dalam publikasi mereka, "Changing Course". Hal ini didasarkan pada konsep menciptakan lebih banyak barang dan jasa dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit serta membuat limbah dan polusi sesedikit mungkin.

Ekofisiensi menurut Kamus Lingkungan Hidup dan Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia didefinisikan sebagai suatu konsep efisiensi yang memasukkan aspek sumber daya alam dan energi atau suatu proses produksi yang meminimumkan penggunaan bahan baku, air, energi serta dampak lingkungan per unit produk.

Ekofisiensi juga memandang limbah atau sampah sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk suatu proses produksi yang lain. Kajeng telah menerapkannya dengan produk yang berbahan sisa kayu mebel dan distribusi dengan menggunakan sedikit kemasan.

Kajeng Handycraft Industri (Kajeng) merupakan salah satu produsen mainan *puzzle* modern yang secara langsung telah menerapkan metode ekofisiensi desain pada proses produksinya. Beralamat di Jalan Bantul No. 19A Kweni, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Perusahaan mainan ini menggunakan bahan baku kayu jati dari sisa produksi mebel. Proses distribusinya nyaris tanpa menghasilkan sampah karena sebagian besar dari varian produk tidak menggunakan kemasan primer sama sekali. Beberapa varian yang rumit dikemas sederhana dengan plastik, isolasi, dan label yang dicetak dengan tinta cetak cair yang mudah luntur bukan menggunakan mesin cetak *offset* maupun *Print on Demand* (POD).

Setiap varian bentuk mainan didesain dan disesuaikan dengan rentang usia konsumen. Tim desain Kajeng terdiri dari lulusan Institut Seni Indonesia Jurusan Kriya Kayu. Kini desain *puzzle* yang dihasilkan sudah mencapai 76 model, dan tiap bulannya *puzzle* yang diproduksi mencapai 40.000 buah.

Produk Kajeng memiliki pasar ekspor yang besar di mancanegara akan tetapi kurang dikenal di pasar domestik. Hal ini dikarenakan produknya

menyebarkan tanpa identitas katakanlah label, kemasan, *display*, dan seterusnya yang mengakibatkan konsumen kesulitan untuk mencari dan mengenali produk Kajeng.

Guna menunjang kegiatan promosi agar semakin dikenal sekaligus upaya mencitrakan diri dan meningkatkan omzet penjualan, Kajeng akan melakukan promo dalam image produk yang lebih segar berupa penggunaan kemasan. Sehubungan dengan hal tersebut, Kajeng secara terbuka bersedia bekerjasama dengan penulis dalam serangkaian proses pengerjaan karya desain untuk mata kuliah Tugas Akhir ini berupa perancangan kemasan menggunakan pendekatan keefisiensi desain. Kerjasama dilakukan dengan prinsip simbiosis mutualisme yang mana kedua belah pihak nantinya akan sama-sama diuntungkan dengan perancangan ini. Pihak penulis diuntungkan dengan akses data serta riset produk, sedangkan bagi pihak Kajeng, kemasan yang dihasilkan dari perancangan ini bisa mereka pergunakan sesuai dengan tujuan perancangan ini yakni kemasan yang keefisien.

Gagasan keefisiensi digunakan agar nantinya beberapa kemasan bisa digunakan lagi oleh konsumen meskipun masa pakainya melindungi produk bersangkutan telah habis.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang serangkaian kemasan sebagai bagian dari promo Kajeng sebagai upaya untuk mem-perbarui citra sekaligus agar meningkatkan omzet penjualan. Semestinya kemasan dapat melindungi, menarik perhatian dan mencerminkan kualitas serta isi produk yang dimuatnya. Peran desain komunikasi visual diperlukan dalam menunjang promo Kajeng kali ini yaitu dengan pendekatan keefisiensi desain.

B. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan permasalahan yang dipaparkan di atas, maka pada perancangan kali ini perlu dirumuskan: Bagaimana merancang kemasan *puzzle* Kajeng dengan pendekatan keefisiensi desain?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan kali ini dititikberatkan pada:

1. Tujuan umumnya adalah merancang kemasan *puzzle* Kajeng serta media pendukung lainnya dengan pendekatan keefisiensi desain.
2. Tujuan khususnya adalah merancang desain kemasan produk *puzzle* Kajeng yang *collectible* dan *reusable* sehingga dapat mengurangi sampah.

D. Lingkup Permasalahan

Demi terfokusnya perancangan kali ini, maka masalah yang akan dipecahkan dibatasi pada:

1. Perancangan kemasan yang dibuat dari *primary* dan *secondary packaging* bila memungkinkan yang promonya akan dimulai dari tahun 2014-2016.
2. Perancangan dengan pendekatan keefisiensi desain memposisikan satu layout desain yang komprehensif dapat dipakai untuk lebih dari satu fungsi.
3. Secara demografis perancangan ini fokus terutama pada konsumen domestik atau lokal dan wisatawan asing yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta dengan rentang usia remaja hingga dewasa segala gender sebagai target *audience*.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan kemasan Kajeng ini diharapkan:

1. Bagi mahasiswa:

Perancangan kemasan ini dapat memperluas cakupan pengetahuan dari berbagai sumber serta mewujudkannya dalam media-media perancangan yang langsung bersentuhan dengan konsumen, terutama pengetahuan tentang kemasan dan keefisiensi desain.

2. Bagi Institusi:

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan mampu memberi warna dan wawasan baru bagi khasanah perancangan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual bahwa perancangan kemasan merupakan salah satu

dari manifestasi DKV yang potensial ke depannya dan langsung berhadapan dengan konsumen, serta masih jarang diminati kalangan mahasiswa yang menempuh mata kuliah Tugas Akhir.

3. Bagi Perusahaan:

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan mampu memperbaharui citra dan meningkatkan pendapatan sesuai dengan target yang diharapkan melalui media desain komunikasi visual yang disajikan dalam kemasan.

F. Metode Perancangan

Secara garis besar perancangan ini akan mencakup dua tahap yakni perencanaan, perancangan dan evaluasi atau uji kelayakan. Tahap perencanaan diantaranya meliputi: identifikasi dan analisis data, sedangkan tahap perancangan antara lain: pemilihan media, konsep kreatif, dan *layout*, komprehensif desain, final desain lalu dilanjutkan dengan evaluasi atau uji kelayakan.

1. Data Awal

a. Data Primer

Data yang diambil langsung dari sumber-sumber secara langsung dari produsen seperti:

- 1) Sejarah perusahaan
- 2) Informasi produk *puzzle* Kajeng
- 3) Dokumentasi langsung produk *puzzle* Kajeng

b. Data Sekunder

Data yang diambil dari data yang sudah ada seperti:

- 1) Pengumpulan data melalui studi pustaka
- 2) Pengumpulan data melalui media internet
- 3) Pengumpulan data melalui pengamatan
- 4) Informasi data produk pesaing sejenis

2. Metode Pengumpulan data

Dalam perancangan kemasan kali ini data primer dan sekunder dikumpulkan dengan metode pengumpulan data antara lain:

a. Data primer

1) Pengamatan atau observasi

Data lapangan ini akan dilakukan dengan pengamatan dan pendokumentasian terhadap unsur verbal dan visual secara langsung dari *shop* dan *retailer* Kajeng. Alat yang digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, kamera, catatan perilaku konsumen dan lain-lain.

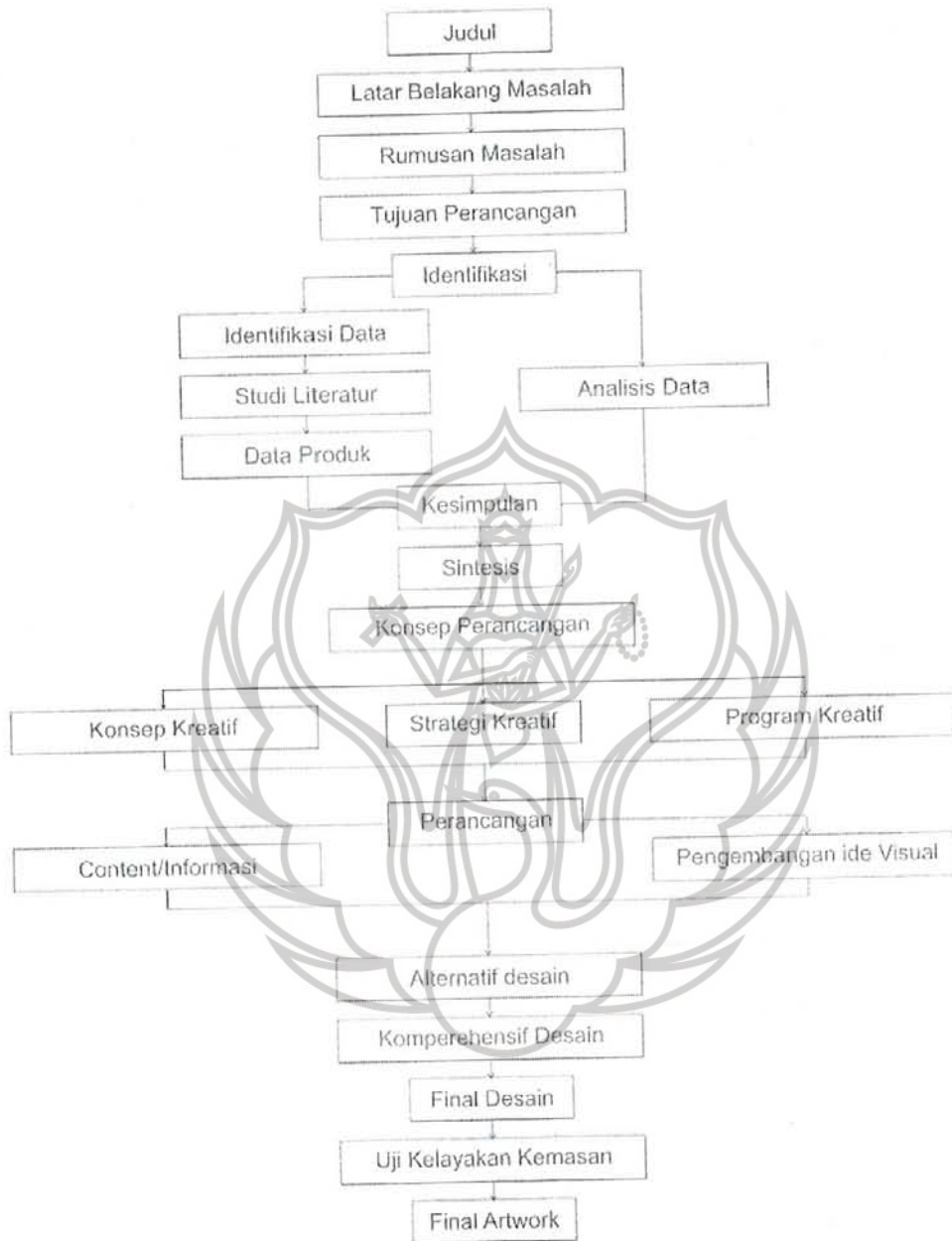
2) Wawancara

Wawancara akan dilakukan langsung dengan pemilik Kajeng Handycraft Industri yakni bapak Mandar Utomo dan divisi marketing guna mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan kemasan kali ini. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah buku catatan dan buku sket, pulpen, dan fasilitas perekam suara di-*handphone*.

3. Metode Analisis Data

Dari semua input data selanjutnya akan dianalisis dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk produk . Metode metode VIEW (*Visibility, Information, Egibility, Workability*) untuk analisis media kemasan, dan Spider Diagram untuk mengevaluasi hasil dan kelayakan ekoefisiensi desain yang digunakan.

G. Sistematika Perancangan



Gambar 1: Skematika Perancangan.
(Sumber: Endah Pamulatsih, th 2013)