

PENCIPTAAN *PACKAGING DESIGN* PISANG KAPIK ABANG SEDAP

Muhammad Rofiq¹⁾, Dharminta Soeryana²⁾

Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padangpanjang

Muhammadrofiq24@gmail.com¹⁾, dharmahoe100@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Packaging (kemasan) merupakan wadah yang digunakan untuk melindungi, membungkus dan menyimpan produk agar tetap utuh dan terjaga kualitasnya. Selain berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan kerusakan, *packaging* juga berfungsi untuk memudahkan transportasi, distribusi, identifikasi merek, memberikan informasi produk, sekaligus sebagai media promosi produk. *Packaging* bisa terbuat dari berbagai macam bahan, pemilihan bahan *packaging* harusnya mempertimbangkan terlebih dahulu karakteristik produk, keamanan, biaya, dan dampak lingkungan. Pisang Kapik Abang Sedap (PKAS) adalah usaha kuliner makanan pisang kapik khas Sumatera Barat yang diturunkan keluarga. Berdiri sejak 1990, terletak di Jalan Permindo depan Hotel Garuda, Kota Padang, Sumatera Barat. PKAS menjual dalam bentuk dan rasa original, berupa pisang yang di taburi gula pasir dan ditaburi parutan kelapa putih dan kelapa merah yang sudah dicampur dengan gula aren, dan varian topping untuk penguat rasa dan tampilan. Strategi yang digunakan dalam pemecahan masalah untuk pencapaian tujuan penciptaan *packaging* PKAS adalah strategi visual yang menarik bentuk stilasi buah pisang dengan bentuk kotak dengan penutup meruncing seperti piramid. Metode penciptaan yang digunakan adalah *Glas Box* (Kotak Kaca) yang dikembangkan oleh Sarwono dan Lubis (2007), prosesnya adalah keterbukaan dalam menciptakan karya desain yang berdasarkan pada data observasi, wawancara di lapangan, mengumpulkan leterasi, merancang konsep desain, menciptakan karya desain berdasarkan konsep dan melakukan evaluasi untuk perubahan dalam pencapaian yang tepat sasaran. Khalayak sasaran yang dituju adalah masyarakat pecinta kuliner pisang kapik terutama yang berada di Kota Padang. Maka dari metode yang sesuai target khalayak sasaran tersebut dihasilkan sebuah bentuk *packaging* yang menarik dan produktif terhadap produsen UMKM PKAS sendiri. Kemudian dipublikasikan melalui event Pameran Karya “Penciptaan *Packaging Design* Pisang Kapik Abang Sedap”.

Kata kunci: *Penciptaan, Packaging Design, Pisang Kapik Abang Sedap*

ABSTRACT

Packaging is a container used to protect, wrap and store products so that they remain intact and maintain their quality. In addition to functioning as a product protector from physical damage, contamination, and damage, packaging also functions to facilitate transportation, distribution, brand identification, provide product information, as well as a product promotion media. Packaging can be made of various materials, the selection of packaging materials should first consider product characteristics, safety, cost, and environmental impact. Pisang Kapik Abang Sedap (PKAS) is a culinary business of banana kapik food typical of West Sumatra that is passed down by the family. Established in 1990, it is located on Jalan Permindo in front of the Garuda Hotel, Padang City, West Sumatra. PKAS sells in original shapes and flavors, in the form of bananas sprinkled with granulated sugar and sprinkled with grated white and red coconuts that have been mixed with palm sugar, and topping variants to enhance the taste and appearance. The strategy used in solving the problem to achieve the goal of creating PKAS packaging is a visual strategy that attracts the shape of a banana distillation in the shape of a box with a tapered lid like a pyramid. The creation method used is Glas Box (Glass Box) developed by Sarwono and Lubis (2007), the process is openness in creating design works based on observation data, interviews in the field, collecting iterations, designing design concepts, creating design works based on concepts and evaluating for changes in achieving the right targets. The target audience is the culinary lovers of banana kapik, especially those in Padang City. Therefore, from the method that is in accordance with the target audience, an attractive and productive form of packaging is produced for PKAS MSME producers themselves. Then it was published through the Work Exhibition event "Creation of Packaging Design Pisang Kapik Abang Sedap".

Keyword: *Creation, Packaging Design, Pisang Kapik Abang Sedap.*

1. PENDAHULUAN

Pisang kapik merupakan panganan tradisional khas dari Bukittinggi, Sumatera Barat. Bahan dasarnya adalah Pisang Kepok yang dikepit dengan alat penjepit, sehingga pisang berubah menjadi gepeng dan selanjutnya dipanggang di atas bara api. Kata Kapik dalam bahasa Minangkabau berarti gepeng, atau dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan rata, datar, tipis, pipih, atau mengempis. Selain di Sumatera Barat, ada banyak sajian-sajian pisang yang terkenal di Indonesia, di antaranya Pisang Gapit dari Kalimantan Timur, Pisang Epe dari Sulawesi Selatan, dan Pisang Plenet dari khas Jawa Tengah.

Perbedaan pisang kapik khas Sumatera Barat dengan kompetitor lainnya adalah dari cara memasak hingga varian rasanya. Pisang kapik ditaburi kelapa putih dan kelapa merah diatasnya, sedangkan Pisang Gapit khas Kalimantan Timur ditaburi saus caramel diatasnya. Pisang Epe kuliner khas Sulawesi Selatan ditaburi saus gula merah diatasnya. Sedangkan Pisang Plenet khas Jawa Tengah hampir serupa dengan Pisang Kapik, hanya cara memasaknya saja yang berbeda. Pisang Gapit misalnya, pisang yang diolah dengan cara dipipikan dan digoreng. Pisang Epe, pisang diolah dengan cara dipipikan dan

dipanggang, Pisang Plenet, pisang diolah dengan cara dipipihkan, dibalut dengan adonan tepung, dan digoreng. Sedangkan Pisang Kapik, pisang di bakar lalu di gepengi diberi varian rasa kemudian di bakar kembali. Maka dapat dipahami, bahwa berbagai daerah memiliki keberagam tampilan hingga rasa unik yang menjadi salah satu andalan wisata kuliner daerah, salah satunya adalah Pisang Kapik Abang Sedap (selanjutnya di tulis PKAS) di Kota Padang, Sumatera Barat.

PKAS usaha kuliner milik keluarga yang berdiri sejak 1990, PKAS adalah salah satu UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang terletak di Jalan Permindo Depan Hotel Garuda, Kota Padang, Sumatera Barat. "UMKM merupakan roda penggerak perekonomian di Indonesia" (Romadhoni Putri, 2023: 1). Sebagaimana UMKM sering disebut sebagai bentuk upaya pemerintah dalam mengatasi kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan. Maka bisa dikatakan PKAS juga sebuah usaha kecil yang sudah dipertahankan keluarga Rahmat dalam upaya menghindari pengangguran keluarga secara turun-temurun. Awalnya PKAS menjual Pisang Kapik hanya dalam bentuk dan rasa original, berupa pisang yang di taburi gula pasir dan ditaburi parutan kelapa putih dan kelapa merah yang sudah di campur dengan gula aren. Selanjutnya, Rahmat selaku owner menambahkan sebuah varian topping untuk penguat rasa dan tampilan PKAS.

Penciptaan Stilasi Pisang pada *Packaging Design* PKAS adalah sebagai bentuk komunikasi, identitas visual yang menarik serta konsisten diperlukan agar memiliki daya tarik dan ciri khas, baik dari segi visual maupun verbal. Pentingnya menyamakan persepsi pesan yang

disampaikan oleh produk terhadap pesan yang ditangkap oleh audiens secara visual maupun verbal diharapkan dapat menyatukan atau menggiring audiens ke dalam konsep yang sudah dirancang sebelumnya oleh pengusaha PKAS.

Packaging atau kemasan adalah suatu bahan atau wadah yang digunakan untuk melindungi, membungkus, mengemas dan menyimpan produk agar tetap utuh dan terjaga kualitasnya. Menurut Julianti (2014:15) kemasan adalah "Wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk." Tujuan utama dari *packaging* adalah untuk melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan kerusakan lingkungan selama pengiriman dan penyimpanan. Selain itu, *packaging* juga berfungsi untuk memudahkan transportasi, distribusi, identifikasi merek, memberikan informasi produk, dan mempromosikan produk. *Packaging* bisa terbuat dari berbagai macam bahan, seperti kertas, karton, plastik, kaca, logam, dan lain sebagainya. Pemilihan jenis *packaging* harus mempertimbangkan karakteristik produk, keamanan, biaya, dan dampak lingkungan. Kotler berpandangan bahwa fungsi *packaging* salah satunya adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk (2005:230).

2. METODE PENELITIAN

2.1. Tinjauan Karya

Berdasarkan trend dan perkembangan industri saat ini, dapat dipahami bahwa desain *packaging* kedepannya semakin mendorong aspek keberlanjutan dan fungsionalitas. Desain *packaging* yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang menjadi lebih populer dan diminati oleh konsumen. Selain itu, desain *packaging*

yang dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik dan memudahkan dalam penggunaannya juga menjadi fokus perhatian dalam desain *packaging* kedepannya.

2.1.1. *Packaging Hook & Reel*



Gambar 1, Packaging Hook & Reel
Sumber, Google

2.1.2. *Packaging KFC*



Gambar 2, Packaging KFC
Sumber, Google

2.1.3. *Packaging Ayam Geprek Bensu*



Gambar 3, Packaging Ayam Geprek Bensu
Sumber, Google

2.1.4. *Packaging J.CO Donuts*



Gambar 4, Packaging J.CO Donuts
Sumber, Google

2.2. Observasi dan Data Lapangan

2.2.1. Observasi

Pisang kapik abang sedap adalah usaha keluar turun temurun dari generasi ke generasi, pada saat ini sudah generasi ke 2. Rahmat maulana selaku owner “pisang kapik abang sedap” yang sudah jalan ke generasi ke2. Pisang kapik abang sedap lokasi PKAS. Yang beralamat di Jln. Permindo Depan, Pasar Raya, Depan Hotel Garuda, Kota Padang, Sumatera Barat.

Pisang kapik abang sedap memiliki 22 varian rasa diantaranya, kelapa putih, kelapa merah, original seres, keju, keju seres, keju jagung, keju oreo, oreo seres, jagung seres, tiramisu keju, tiramisu seres, tiramisu oreo, tiramisu milo, keju milo, macha keju, macha seres, jagung keju seres, oreo seres keju, cococruch keju, kelapa cococrunch keju, madu keju, madu kelapa.



Gambar 5, Tempat Berjualan PKAS
Sumber : Muhammad Rofiq, 2024

2.2.3 Wawancara

Sumber data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif adalah berupa manusia yang dalam posisi sebagai narasumber atau informan. Maka, untuk mengumpulkan informasi dari sumber data ini diperlukan wawancara. (Sutopo 2006, 67-68). Pernyataan ini mengisyaratkan, bahwa wawancara adalah kegiatan mengumpulkan data yang diperoleh dari informasi tanyajawab yang dilakukan peneliti terhadap narasumber. Begitu juga wawancara yang dijalankan peneliti, wawancara ditujukan kepada beberapa narasumber baik dari pencipta, maupun audience.



Gambar 6. Wawancara Owner PKAS

Sumber : Muhammad Rofiq, 2024

2.3. Data Lapangan

2.3.1. Perdagangan di Kota Padang

Perdagangan di Kota Padang berpusat di Pasar Raya sebagaimana yang dituliskan Fitri Adona, dkk (2019: 146) yaitu Kampung Jao yang terletak di daerah Pasar Raya yang juga merupakan kawasan pusat perdagangan Kota Padang. Pasar Raya Padang sebagai salah satu pasar tradisional terbesar sudah berdiri sejak zaman penjajahan Belanda. Sebagaimana Visi Pemerintahan Kota Padang adalah “Mewujudkan Masyarakat Kota Padang Yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan dan Pariwisata Unggul Serta

Berdaya Saing” dan Misi Pemerintahan Kota Padang adalah “Meningkatkan kualitas pendidikan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang beriman, kreatif, inovatif, dan berdaya saing; Mewujudkan Kota Padang yang unggul, aman, bersih, tertib, bersahabat dan menghargai kearifan local; Meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Padang yang inklusif; Mewujudkan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif; Meningkatkan kualitas pengelolaan pariwisata yang nyaman dan berkesan; Menciptakan masyarakat sadar, peduli dan tangguh bencana; Meningkatkan kualitas tata kelola pemerintahan yang bersih dan pelayanan publik yang prima.”

(<https://www.padang.go.id/visi-misi-walikota-dan-wakil-walikota-padang>).

Jumlah Sarana Perdagangan	Jumlah Sarana Perdagangan		
	2021	2022	2023
Pasar	21,00	21,00	32,00
Toko	2 492,00	2 492,00	2 492,00
Kios	4 824,00	4 824,00	4 824,00
Warung	1 308,00	1 308,00	4 812,00
Jumlah	8 645,00	8 645,00	12 160,00

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Padang

Tabel 1, Data BPS Jumlah Sarana Perdagangan di Kota Padang

Sumber:

<https://padangkota.bps.go.id/indicator/158/164/1/jumlah-sarana-perdagangan-.html>

2.3.2. Pisang Kapik

Pisang Kapik adalah salah satu makanan selingan atau *cemilan* tradisional Sumatera Barat sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pisang Kapik merupakan kuliner khas Sumatera Barat namun lebih dikenalnya di Kota Bukittinggi. Pisang Kapik tidak hanya merupakan jajanan dari buah pisang yang enak tetapi juga sehat, karena berasal dari buah pisang yang kaya Vitamin dan Mineral.

Pada umumnya pisang yang digunakan adalah pisang Kepok dengan Bahasa Latin *Musa acuminata Balbisiana Colla*, sedangkan Pisang berbahasa Latin *Musa Paradisiaca* yang berasal dari Bahasa Arab yaitu *Maus* dan dimasukan ke dalam keluarga *Musaceae*, sebagaimana Nama tersebut ditetapkan sebagai penghormatan kepada Antonius Musa, seorang Dokter Pribadi Kaisar Romawi yang bernama Octaviani Agustinus yang pada masa itu menganjurkan untuk memakan buah Pisang. (A. Dewi: 2016).



Gambar 7, Pisang Kepok
Sumber: Google

2.3.3.Pisang Kapik PKAS

PKAS adalah singkatan dari Pisang Kapik Abang Sedap merupakan usaha kuliner milik keluarga turun-temurun yang berdiri sejak Tahun 1990. Owner, produsen sekaligus sebagai penjual sendiri saat ini yang sedang aktif di Usaha PKAS adalah sebagai penerus generasi kedua. PKAS beralamat di Jln. Permindo Depan Hotel Garuda, Kota Padang, Sumatera Barat.

Awalnya PKAS menjual dalam bentuk dan rasa original, berupa pisang yang di taburi gula pasir dan ditaburi parutan kelapa putih dan kelapa merah yang sudah di campur dengan gula aren. Hingga untuk menyesuaikan penjualan dengan keadaan zaman yang terus berkembang Rahmat selaku owner menambahkan sebuah varian topping untuk penguat rasa dan sebagai salah satu daya Tarik pelanggan PKAS terutama kalangan anak-anak muda.

Namun tetap saja sampai saat ini menu yang paling diminati pelanggan adalah kelapa parut yang dicampur gula.

Usaha mandiri dengan modal yang lumayan terjangkau ini, Rahmad bisa mendapatkan omset hingga Rp. 400.000; perharinya. Maka ancaman yang perlu diperhatikan terhadap berkurangnya omset PKAS adalah selain kondisi cuaca yang bisa saja tiba-tiba hujan dan datangnya penertiban kawasan umum. Kemudian kurangnya minat pelanggan dengan hadirnya berbagai macam makanan yang dikemas dengan kemasan menarik. Maka dari itu *Packaging Design* dirasakan sangat perlu diperhatikan untuk perkembangan usaha PKAS kedepannya. Sehingga PKAS dengan percaya diri di hadapan khalayak sasaran konsumen tetap diminati meski menghadapi berbagai ancaman lainnya di masa mendatang.

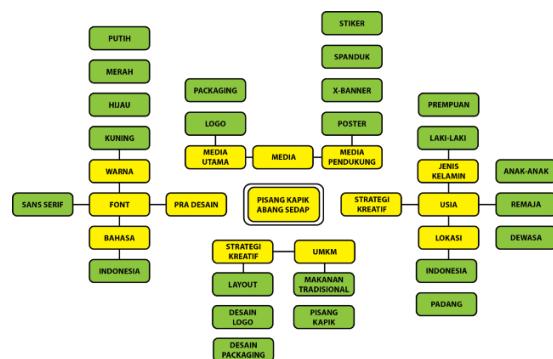
2.3.4.Packaging

Menurut Suharto Cenadi (2000) “Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk.” Kemasan terdiri dari tiga hal, yaitu merek, Fisik kemasan dan label. Alasan penggunaan kemasan adalah sebagai memenuhi syarat manfaat keamanan bagi produk. Kemasan melindungi produk dalam perjalannya dari produsen ke konsumen hingga keutuhan produk saat diproduksi tetap terjaga dengan baik. Kemasan atau yang disebut juga dengan *Packaging* juga mampu menjadi nilai jual bahkan juga sebagai salah satu bagian produk yang dijual bersama produk itu sendiri

2.4. Konsep Garapan

2.4.1. Brainstroming dan Mind Mapping

MacDowell (dalam Rafidah Abd Karim, dkk 2016: 2) mengatakan “*Defined brainstorming as the act of defining a problem or ideas and coming up with anything related to the topic. No matter how remote a suggestion may sound. All of these ideas are recorded and evaluated only after the brainstorming is completed*”. Mendefinisikan brainstorming sebagai tindakan mendefinisikan suatu masalah atau ide dan menghasilkan apapun yang berhubungan dengan topik tersebut. Tidak peduli seberapa jauh saran itu terdengar. Semua ide-ide ini dicatat dan dievaluasi hanya setelah brainstorming selesai (2016:4).



Gambar 8, Brainstorming PKAS
Sumber : Muhammad Rofiq, 2024

Mind Mapping Penciptaan Karya Packaging



Gambar 23, Mind Mapping proses penciptaan karya Packaging Desing PKAS
Sumber : Muhammad Rofiq, 2024

2.4.2. Strategi kreatif

Strategi kreatif dapat diartikan sebuah Cara dalam konteks dipakai penyampaian berbagai macam informasi mengenai produk, pasar, khalayak sasaran. Strategi kreatif dalam perancangan ini menempatkan strategi visual supaya menjadi suatu konsep yang dikomunikasikan kepada khalayak. Konsep yang dipakai dalam Desain *Packaging* PKAS dengan *value* yang baru yang mewakili segmen pasar, identitas dan informasi suatu produk.

2.4.3. Positioning Branding

Definisi *Positioning* menurut Philip Kotler menyatakan bahwa *positioning* adalah tindakan merancang produk, dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. (Wasana, 2008, hal. 408). Kesan dalam hal ini yaitu persepsi atau image positif konsumen terhadap perusahaan maupun produk tersebut. Sehingga konsumen mengerti dan menghargai apakah yang dilakukan perusahaan untuk membedakan diri dengan pesaing lainnya. Perusahaan harus meneliti atau mengidentifikasi posisi pesaing kemudian memutuskan untuk mengambil posisi setaraf atau mencari kesempatan dalam pasar dengan menggunakan strategi yang telah dibangun sebelumnya. Apabila posisi perusahaan dekat dengan pesaing lainnya yang menawarkan produk yang serupa, perusahaan harus menyeleksi lalu mencari perbedaan lebih lanjut melalui konsep atau kualitas yang diusung perusahaan tersebut.

2.5. Perancangan Karya

2.5.1. Konsep Verbal dan Visual

Konsep verbal merupakan informasi yang disampaikan kepada target *audience* dengan Cara tertulis (*written*) atau lisan

(oral). Bentuk informasi yang disampaikan kepada target *audience* dengan cara tertulis, yaitu berupa informasi seputar *packaging* PKAS. Pada rancangan desain *packaging* PKAS ini konsep verbalnya berupa informasi mengenai PKAS dalam bentuk *packaging*. Informasi-informasi yang disampaikan dalam rancangan ini meliputi informasi mengenai PKAS yaitu logo, merek, komposisi, toping, nomor telpon dan alamat.

Konsep visual merupakan hal yang mempengaruhi sebuah perancangan media, karena dengan visualisasi suatu informasi dapat dinilai efektif dan *informative*. Konsep visual merupakan sebuah unsur-unsur dan elemen-elemen visual yang ditampilkan dalam bentuk ikon, gambar, tipografi, warna dan ilustrasi. Semua unsur dan elemen tersebut divisualisasikan ke dalam media utama dan pendukung.

2.5.2. Desain Kemasan

Disini perancangan menggunakan desain *Packaging* berbentuk piramida karna memiliki beberapa nilai estetika yang unik dan fresh, *packaging* berbentuk piramida stilasi dari bentuk pisang memiliki bentuk yang unik, sehingga dapat memaksimalkan penggunaan ruang pada saat penyimpanan atau pengiriman, ini berguna untuk menghemat ruang dan mengurangi biaya pengiriman. Kemudahan penanganan: Kemasan berbentuk piramida biasanya lebih mudah untuk ditumpuk, diangkat, dan diatur, hal ini mempermudah proses pengangkutan, penyimpanan, dan distribusi barang.

2.5.3. Layout

Rustan dalam Kembaren Y. A “Layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu

bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya (2017: 1).” Artinya, elemen-elemen desain tersebut masuk pada bentuk dari panel, gambar dan tipografi yang digunakan tergantung pada media yang digunakan. Selanjutnya, Poulin, dalam Kembaren Y. A mengatakan bahwa “A harmonious and dynamic compositional layout is composed of a combination of continuous text-filled and imageactivated fields (or modules)”. Artinya, Tata letak komposisi yang harmonis dan dinamis terdiri dari kombinasi bidang (atau modul) yang diisi teks dan diaktifkan gambar secara terus-menerus.” (2018:58). Maka terjawablah oleh Poulin bahwa layout merupakan bentuk tata letak yang harus seimbang yaitu harmonis dan dinamis bentuk susunan tersebut dalam sebuah bidang yang digunakan harus diutamakan.

2.5.4. Tipografi/Font

Tipografi/Font yang digunakan disini adalah berdasarkan karakter dari konsep pisang kapik yang berjenis *sanserif* untuk digunakan pada desain *packaging* dan semua pada semua aplikasi desain. Pemilihan tipografi yang jelas dan tegas dalam perancangan bertujuan untuk memudahkan dalam pembacaan dan juga menyesuaikan bentuk visual desain *packaging*. Font yangdigunakan yaitu berjenis *sans serif* yang terlihat minimalis serta memiliki kesan modern, bersahabat dan fleksibel.

2.5.5. Warna

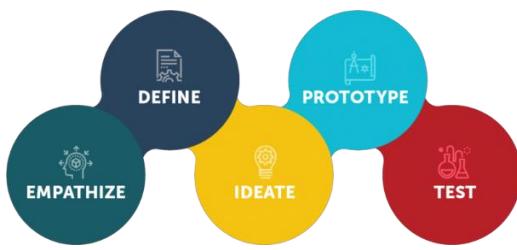


Gambar 9, Gradiasi Warna
Arsip : Muhammad Rofiq, 2024

Warna yang digunakan menggunakan gradasi warna hijau dan kuning yang *soft*. Warna kuning melambangkan sebagai warna pisang itu sendiri, jika di kaitkan dengan Ranah Minangkabau warna kuning di ambil dari salah satu dari bagian warna yang terdapat pada bendera Minangkabau (marawa), selain itu warna kuning memiliki arti lain yaitu kebahagiaan, optimisme, pencerahan kreativitas, dan sinar matahari. Sedangkan warna hijau di ambil dari bentuk daun pisang itu sendiri, warna hijau memiliki arti yaitu pertumbuhan, kesuburan, bahkan kesehatan bagi orang yang melihatnya.

2.5.6. Pendekatan

Design thinking adalah metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi. Dalam metode ini terdapat 5 tahap/proses yang memungkinkan kita untuk memperoleh keluaran yang inovatif.



Gambar 10, Design Thinking
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

2.6. Metode Penciptaan

Metode desain yang digunakan adalah Metode Kotak Kaca (*Glass Box Method*) dari Sarwono dan Lubis. Metode ini diharapkan mampu menarik perhatian pembeli. Metode Kotak Kaca (*Glass Box Method*) adalah salah satu metode yang digunakan dalam pembuatan desain *packaging*. Dikembangkan oleh Sarwono dan Lubis pada tahun (2007:9-12). Metode ini disebut "Kotak Kaca" karena prosesnya

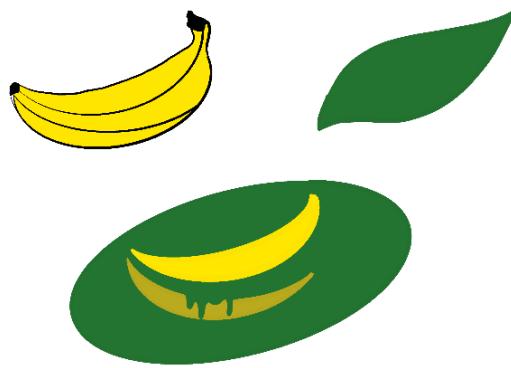
melibatkan transparansi dan keterbukaan dalam merancang kemasan. Metode Kotak Kaca mengharuskan perancang kemasan untuk terbuka dan transparan dalam proses merancang desain *packaging* dan mempertimbangkan berbagai faktor yang terlibat dalam proses tersebut, termasuk preferensi konsumen, tren pasar, dan karakteristik teknis.

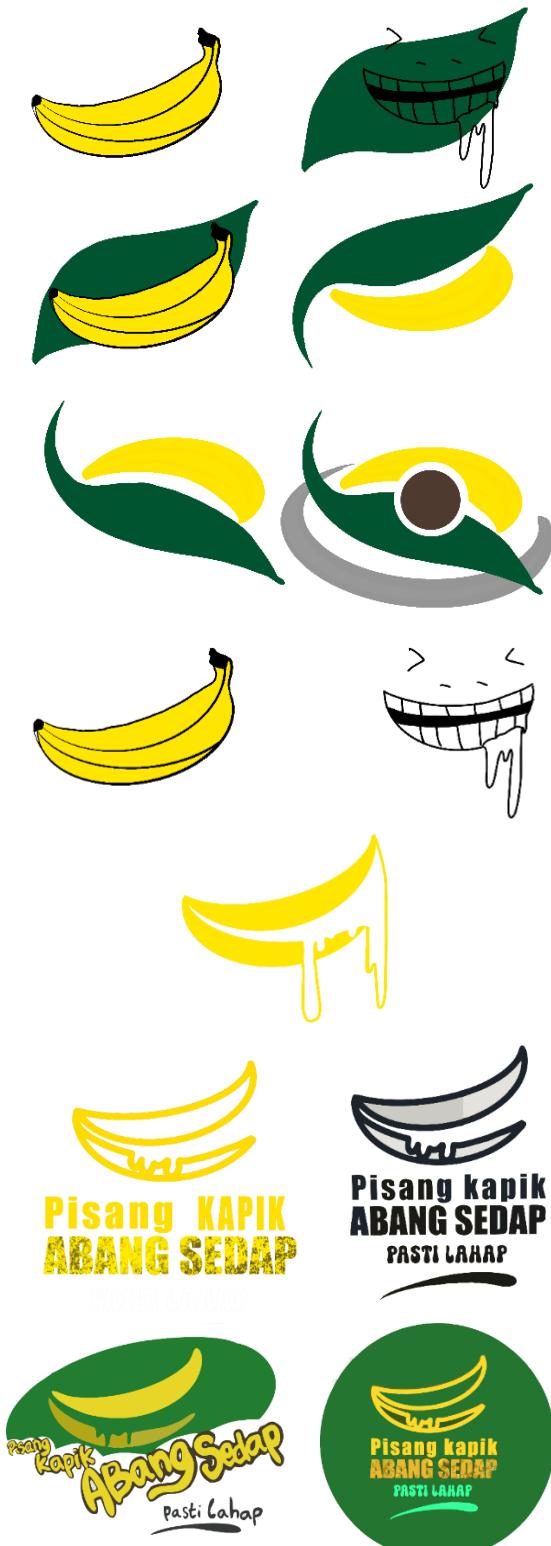
3. BENTUK KARYA DESAIN

3.1. Merek *Packaging*

Sebagaimana yang sudah dipaparkan pada BAB sebelumnya bahwa merek yang dipakai disini adalah sesuai dengan Nama dari PKAS yaitu Pisang Kapik Abang Sedap yang diberi slogan "Pasti Lahap". Penggabungan atau stilasi ikon yang berangkat dari simbol antara buah pisang dan emotikon berliur kemudian selanjutnya disatukan dengan symbol bulat sebagai background sebuah penyatuhan merek.

Penerapan warna yang digunakan berangkat dari warna identik buah pisang pada umumnya, yaitu warna Kuning dan warna Hijau. Lalu diberi sentuhan warna Coklat Tua sebagai corak bercak yang sering terdapat pada buah pisang sekaligus mewakili warna Toping Gula merah PKAS yang menjadi ciri khas PKAS dan Toping paling digemari pelanggan PKAS. Berikut beberapa unsur yang terkandung dalam merek PKAS yang menjadi bagian kesatuan pada *packaging*:





Gambar 11, Stilasi Akhir Simbol Merek
Packaging Design PKAS
 Arsip: Muhammad Rofiq, 2024



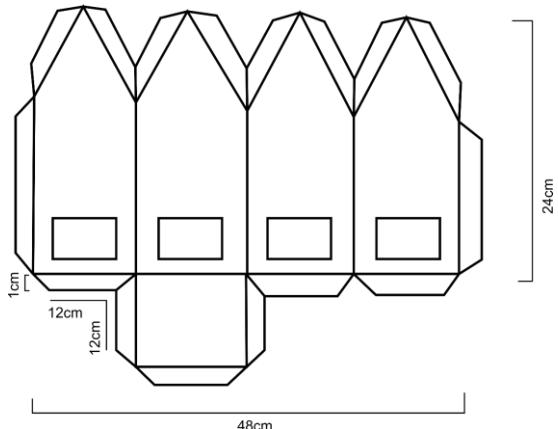
Gambar 12, Merek yang dipilih untuk *Packaging Design PKAS*
 Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

Jenis Logo terpilih yaitu Logo Gram yang memiliki arti merupakan symbol/ikon/ gambar yang mampu mewakili kata pada sebuah logo atau gabungan sebuah gambar dan teks. Pada konsep logo terpilih ini memiliki konsep stilasi pisang di atasnya dan diberi sentuhan susu yang lumer sehingga terlihat menggiurkan dan lezat, sedangkan di bagian bawahnya di beri tulisan/teks "Pisang Kapik Abang Sedap", bagian font "Abang Sedap" diberi efek gosong/hangus, sehingga mengvisualisasikan pisang yang di bakar. Pada sentuhan akhir terdapat tagline yaitu "Pasti Lahap" bertujuan untuk beberi kesan yang kuat terhadap rasa PKAS.

3.2. Sketsa Packaging PKAS

Packaging PKAS yang diciptakan berbentuk persegi atau kotak yang berbahan Material Kertas dengan penutup berbentuk Piramida, sebagaimana bentuk rancangan packaging tersebut didesain sebagai berikut:

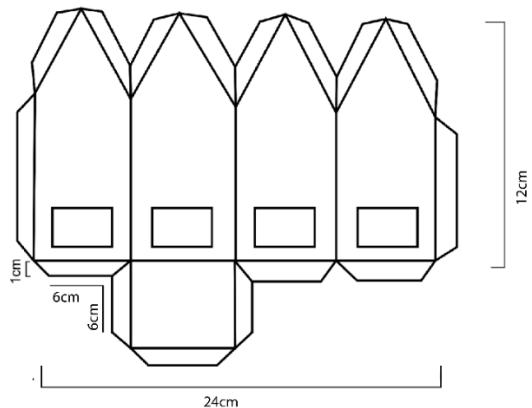
3.2.1. Ukuran Besar Sketsa Packaging PKAS



Gambar 13, Ukuran Besar Sketsa Packaging PKAS

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

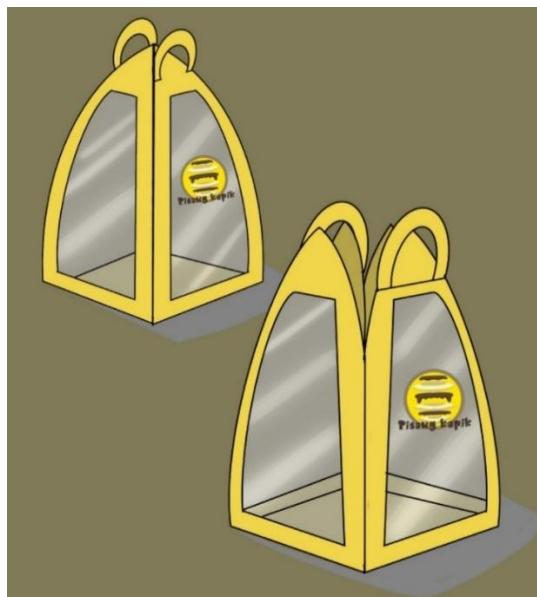
3.2.2. Ukuran Kecil Sketsa Packaging PKAS



Gambar 14, Ukuran Kecil Sketsa Packaging PKAS

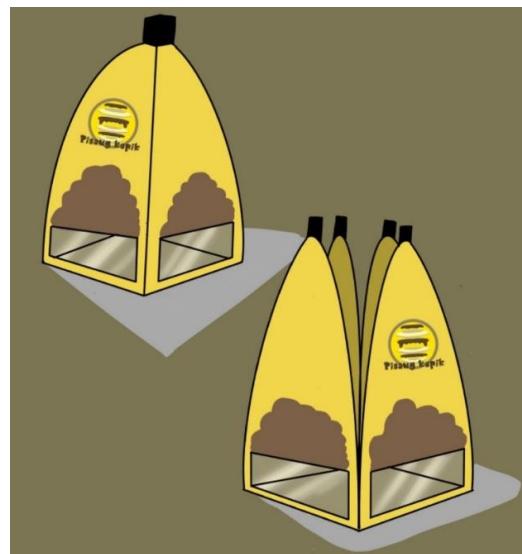
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.3. Alternatif Desain Packaging PKAS



Gambar 15, 3D Packaging Design PKAS 1

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024



Gambar 16, 3D Packaging Design PKAS 2

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024



Gambar 17, 3D Packaging Design PKAS 3

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024



Gambar 18, 3D Packaging Design PKAS 4

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.4. Desain Packaging PKAS Terpilih

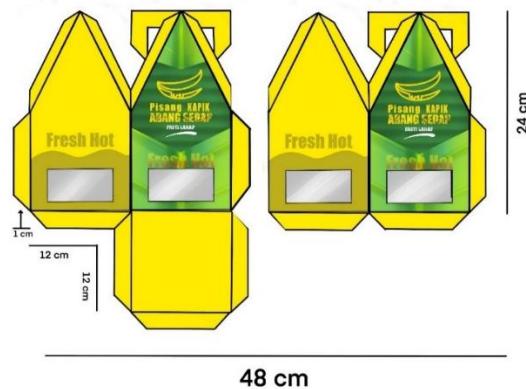


Gambar 19, 3D Packaging Design PKAS 4

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.5. Pola Packaging PKAS

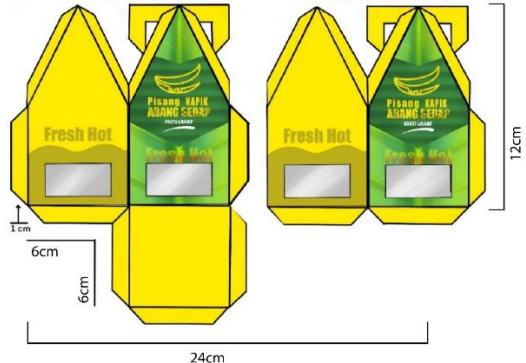
3.5.1. Ukuran Besar Packaging Design PKAS



Gambar 20, Ukuran Besar Pola Packaging Design PKAS

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.5.2. Ukuran Kecil Pola Packaging Design PKAS



Gambar 21, Ukuran Kecil Pola Packaging Design PKAS

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.6. Tampak Depan dan Samping



Gambar 22, Warna Packaging Design PKAS

Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.7. Black/White Packaging PKAS



Gambar 23, Gird Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.8. Ilustrasi



Gambar 24, Ilustrasi Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.9. Bahan Cetak Packaging PKAS



Gambar 25, bentuk bahan kertas Ivory
Sumber: www.pranataprinting.com

3.10. Video Promosi PKAS



Gambar 26, Video Promosi PKAS Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.11. Video Teaser PKAS



Gambar 27, Video Teaser PKAS Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.12. Jingle Promosi PKAS



Gambar 28, Jingel Promosi PKAS Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.13. Jingle Teaser PKAS



Gambar 29, Jingel Teaser PKAS *Packaging Design PKAS*
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.14. Foto Produk PKAS



Gambar 30, Foto PKAS *Packaging Design PKAS*
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.15. Media Pendukung

3.15.1. Poster Publikasi



Gambar 31, Poster Publikasi *Packaging Design PKAS*
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.15.2. Undangan Pameran



Gambar 32, Undangan Pameran *Packaging Design PKAS*
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.15.3. X-Banner



Gambar 33, X-Banner Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.15.4. Story Sosial Media



Gambar 34, Story Sosial Media Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

3.15.5. Atribut



Gambar 67, Media Pendukung Promosi Packaging Design PKAS
Arsip: Muhammad Rofiq, 2024

4. UCAPAN TERIMA KASIH

*Assalammualaikum Warahmatullahi
Wabarakatu*

Alhamdulillah, Puji Dan Syukur Pengkarya Ucapkan Kehadirat Allah SWT Atas Segala Rahmat, Nikmat Dan Karunia Yang Telah Dilimpahkan Pada Pengkarya, Akhirnya Pengkarya Mampu Menyelesaikan Usulan Penciptaan Dan Penyusunan Tesis Karya Ini Yang Berjudul: "Perancangan Packaging Design Pisang Kapik Abang Sedap". Shalawat beserta salam pengkarya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan dan junjungan umat Islam dalam membangun bangsa yang berakhlak dan berkarakter serta berilmu pengetahuan yang tinggi melalui Al-Quran dan Sunnah. Tesis karya ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan perancangan untuk laporan Karya dengan minat penciptaan Desain Komunikasi Visual di Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang. Perancang menyadari bahwa laporan karya ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu perancang

berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan Tesis Karya ini. Selanjutnya ucapan terimakasih pengkarya sampaikan kepada:

1. Dr. Febri Yulika, S.Ag., M.Hum. sebagai Rektor Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
 2. Dr. Iswandi, S.Pd., M.Pd. sebagai Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
 3. Dr. Sahrul N, S.S., M.Si. sebagai Wakil Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
 4. Dr. Riswel Zam, S.Sn., M.Sn. sebagai Ketua Program Studi Magister (S2) Penciptaan dan Pengkajian Seni.
 5. Dr. Dharminta Soeryana, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing pengkarya selama proses penciptaan karya dan penyusunan Tesis Karya ini.
 6. Tim Pengaji Dr. Riswel Zam, S.Sn., M.Sn. dan Dr. Nursyirwan, S.Pd., M.Sn.
 7. Seluruh bapak/ibu dosen serta staf administrasi dan petugas perpustakaan pada program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
 8. Kepada Orang Tua drh. H. Irwan Shukur dan Tri Sudaryanti, S.Pd Tesis ini dipersembahkan untuk Orang Tua yang telah mengisi dunia pengkarya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak akan cukup untuk menikmati semuanya, terimakasih atas semua cinta yang telah Bapak ibu berikan.
 9. Sri Ramadani S.Keb selaku calon istri yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah, dan selalu menjadi *support system*. Terimakasih telah menemani dan mendukung sampai saat ini.
 10. Teman-teman seangkatan 2021 yang selalu kompak dan saling mendukung selama perkuliahan di Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
 11. Tim Manajemen Event Pascasarjana *Metasosial* dan tim manajemen Pisang Kapik Abang Sedap yang keren.
 12. Teman-teman dekat lainnya, orang-orang yang silih berganti memberikan dukungan semangat, berdiskusi dalam menemukan ide dan membantu dalam pengkaryaan ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
- Perancang menyadari Tesis Karya ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan akan pengkarya terima dengan senang hati. Semoga Tesis Karya ini dapat berkontribusi dalam upaya kita meningkatkan kualitas Pendidikan.
- ## DAFTAR PUSTAKA
- Adona, Fitri, dkk. (2019). *Padang Halal Tourism: Studi Kasus Terhadap City Branding Pada Pusat Perdagangan Kota Padang*. JIPB: Politeknik Negeri Padang.
- Agustina, Dewi. (2016). *Variasi Campuran Tepung Kulit Pisang*

- Kepok Sebagai Sumber Kalsium Pada Brownies Kukus Ditinjau Dari Sifat Fisik, Organoleptik Dan Kadar Kalsium.* Repository Polkesyo: Poltekkesjogja.
- Cenadi, Christine Suharto. (2004). *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran.* Nirmana: Universitas Kristen Petra.
- Dhameria, Vita. (2016). *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif: Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang.* Universitas Diponegoro.
- Julianti, Sri. (2014). *The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik & Strategi.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, R. A., Abu, A. G., Khaja, F. N. M. (2016). *Brainstorming Approach and Mind Mapping in Writing Activity.* Banda Aceh:
- Kotler et.al. (2003). *Marketing of Hospitality and Tourism.* Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- McDowell, D. (1999). *Process Guide: Brainstorming. The Triton and Patterns Projects of San Diego Unified School District.*
- Ramadhina, Allya. (2022). *Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.* JMPPK: Universitas Brawijaya Indonesia.
- Romadhoni Putri, Novia. (2023). *UMKM: Pengembangan, Strategi dan Studi Kasusnya.* Surakarta: Unisri Press.
- Rustan, Surianto. (2017). *Layout Dasar & Penerapannya.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama. –
- Sarwono, Jhonatan & Lubis, Hary. (2007). *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Soeryana, Dharminta (2019:42). Dramaturgi Komedi Ampon Yan Naskah “Awak Tam Ong” Kelompok Teater Kosong. Disertasi Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.