

Vol. 1, No. 2, Oktober 2023

## Perancangan Desain Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara

Muhammad Reza Ramdhani <sup>1)</sup>, Ine Rachmawati <sup>2)</sup>, Yuni A.S <sup>3)</sup>, A Sobi Mutohari<sup>4)</sup>,  
Kusnadi<sup>5)</sup>, Suhadi Parman<sup>6)</sup>, Galih Mandala Putra<sup>7)</sup>

<sup>1),2),3),4),6),7)</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur  
Insan Cendekia, Cirebon, JawaBarat Indonesia

<sup>5)</sup> Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan  
Cendekia, Cirebon, JawaBarat Indonesia  
[muhammadrezaramdhanir56@gmail.com](mailto:muhammadrezaramdhanir56@gmail.com)

### ABSTRAK

Salah satu produsen keripik singkong di Cirebon yaitu berada di jalan Cipto dengan nama produk "Dua Saudara". Berdiri kurang lebih satu tahun dengan nama pemilik Ibu Sri Hayati dan mempunyai karyawannya sebanyak satu orang. Selama perjalanan merintis usaha, banyak lika-liku yang dihadapi oleh produsen. Salah satunya yaitu promosi yang masih kurang bisa menjangkau pasaran karena disebabkan belum adanya desain kemasan untuk produk keripik singkong Dua Saudara. Diharapkan dengan adanya perancangan desain kemasan Keripik Singkong Dua Saudara, bisa menaikkan angka penjualan dari produk keripik singkong.

**Kata Kunci** : Perancangan, Kemasan, Keripik Singkong Dua Saudara

### ABSTRACT

One of the producers of cassava chips in Cirebon is located at Jalan Cipto with the product name "Dua Saudara". Established for approximately one year under the owner's name, Mrs. Sri Hayati and has one employee. During the journey of starting a business, there are many twists and turns faced by producers. One of them is the promotion that still not able to reach the market because there is no branding for Dua Saudara's cassava chip product. It is hoped that with the design of the Dua Saudara cassava chip branding, it can increase the sales figure of the cassava chip product.

**Keywords** : Design, Packaging, Dua Saudara Cassava Chip.

### PENDAHULUAN

Keripik Singkong adalah cemilan yang dapat dinikmati oleh khalayak banyak. Ada beberapa produk Keripik Singkong yang sudah dikenal di pasaran. Akan tetapi, terdapat produk rumahan Keripik Singkong Dua Saudara yang terletak di Jln. Ciptomangunksumo Gang Indah No. 107 B Cirebon, berdiri kurang lebih satu tahun dan baru memiliki satu orang karyawan. Awal mula pemilik Keripik Singkong Dua Saudara yaitu Ibu Sri Hayati membeli contoh keripik di kampung halaman di Magelang,

kemudian mencoba membuat usaha keripik singkong dan banyak orang yang menyukai dan membelinya sehingga pemilik Keripik Singkong Dua Saudara mencoba membuat sendiri produk tersebut.

Selama ini kemasan yang digunakan hanya menggunakan plastik polos. Sistem penjualan Keripik Singkong Dua Saudara dengan dititipkan di satu warung dekat rumah pemilik usaha, dan reseller sehingga produk Keripik Singkong Dua Saudara belum terkenal secara meluas. Menurut hasil wawancara dengan pemilik Ibu Sri Hayati mempunyai keinginan untuk mengembangkan usahanya agar lebih dikenal, khususnya di Kota Cirebon dan sekitarnya, untuk itu dalam penelitian ini akan dibuat perancangan meliputi pembuatan logo, tagline, dan warna ciri khas, perancangan ini kemudian diterapkan pada desain kemasan mengingat Keripik Singkong Dua Saudara belum mempunyai identitas visual. Menurut hasil wawancara dan kuesioner yang disebar secara acak, pengembangan Keripik Singkong Dua Saudara akan dilakukan dengan mengembangkan sistem penjualan secara online melalui Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus kepada "Perancangan Desain Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara".

## METODE

### 1. Metode Perancangan

Menurut Iswidarti (2015:111) dalam merancang sebuah objek rancangan, diperlukan sebuah metode perancangan untuk memudahkan perancang dalam merancang ide yang ingin dikembangkan. Tahapan perancangan dimulai dari proses pencarian ide rancangan, mencari permasalahan dan tujuan dari adanya rancangan tersebut kemudian mengumpulkan data baik data primer maupun sekunder.

### 2. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan analisis 5W + 1H, dan analisis SWOT. Analisis 5W + 1H terdiri dari what (apa), where (dimana), who (siapa), when (kapan), why (mengapa), dan how (bagaimana). Analisis ini digunakan untuk menganalisa dan mencari jawaban atau solusi untuk memecahkan masalah pada topik yang sedang dibahas.

Menurut Kotler (2007) dalam Ramadani (2020:2) analisis SWOT merupakan akronim dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats yang dapat diartikan sebagai metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

### 3. Konsep Perancangan

Perancangan ini meliputi pembuatan logo, tagline dan warna ciri khas yang diterapkan pada desain kemasan Keripik Singkong Dua Saudara serta pembuatan desain rak display dan banner sebagai media penunjang dalam promosi produk Keripik Singkong Dua Saudara

#### a. Konsep Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan Keripik Singkong Dua Saudara yaitu untuk merancang identitas visual yang menarik dan bisa menyampaikan informasi mengenai produk dalam pembuatan kemasan sehingga dapat menarik konsumen terhadap merek

Keripik Singkong Dua Saudara. Tujuan kreatif mencakup brand positioning, brand identity, dan brand image.

#### b. Strategi Kreatif

Strategi kreatifnya adalah membuat banner, rak display, kemasan, juga mengembangkan penjualan di shopee yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk Keripik Singkong Dua Saudara. Dalam membuat desain kemasan diperlukan rencana yang menunjukkan tampilan yang menarik dari kemasan Keripik Singkong Dua Saudara. Strategi kreatif disesuaikan dengan rencana desain yang ditentukan berdasarkan hasil wawancara pemilik dan hasil kuisioner.

#### c. Program Kreatif

Program kreatif memerlukan bermacam-macam masukan desain kemasan, seperti:

- Referensi Visual, Untuk menghasilkan desain kemasan yang baik dibutuhkan masukan diantaranya dari referensi visual yang didapatkan melalui wawancara, jurnal dan melihat beberapa contoh logo produk yang sudah ada di pasaran.
- Warna, Warna yang digunakan untuk kemasan yaitu warna jingga dan warna merah. Warna jingga merupakan kemasan untuk jenis rasa *original* dan warna merah merupakan kemasan untuk jenis rasa pedas. Pemilihan warna berdasarkan hasil wawancara pemilik dan kuisioner dari konsumen primer dan konsumen sekunder. Pemilihan warna merah menggambarkan kesan unggul, semangat, nafsu makan. Warna coklat menggambarkan kesan maskulin, hangat. Warna jingga menggambarkan kesan energi, nafsu makan. Berikut ini contoh warna dan belum ada yang di pakai dalam desain kemasan dan logo Keripik Singkong Dua Saudara:

##### o Warna Jingga:



H: 32°	R: 247	C: 0%	K: 0%
S: 88%	G: 147	M: 50%	
B: 96%	B: 29	Y: 100%	

##### o Warna Merah:



H: 357°	R: 237	C: 0%	K: 0%
S: 87%	G: 28	M: 100%	
B: 92%	B: 36	Y: 100%	

##### o Warna Coklat:



H: 28°	R: 106	C: 27%	K: 53%
S: 59%	G: 74	M: 51%	
B: 41%	B: 43	Y: 75%	

##### o Warna Hijau:



H: 148°      R: 0      C: 100%      K: 0%  
 S: 100%      G: 165      M: 0%  
 B: 64%      B: 80      Y: 100%

- Merek/Logo/Brand Name, berikut ini merupakan logo yang juga mencakup nama dari produk keripik singkong ini yaitu Keripik Singkong Dua Saudara. Gambar pohon singkong maksudnya yaitu produk terbuat dari Singkong, "Dua Saudara" maksudnya yaitu pemilik Keripik Singkong Dua Saudara mempunyai 2 orang anak, gambar awan maksudnya yaitu Keripik Singkong Dua Saudara usahanya diinginkan terus meningkat dan teksturnya renyah, gambar lingkaran maksudnya bumi yaitu keripik singkong dua saudara ingin terkenal dan berasal dari hasil bumi, warna coklat yaitu natural berasal dari alam.

a. Ilustrasi/Gambar

Dalam desain kemasan terdapat unsur Logo yang menjelaskan nama perusahaan Keripik Singkong Dua Saudara, tulisan "Keripik Singkong" yang menjelaskan jenis produknya, gambar pohon singkong yang menjelaskan asal bahan baku produk, gambar pita dengan tulisan "Tidak ada duanya" menjelaskan Keripik Singkong Dua Saudara berbeda dengan keripik singkong lainnya, gambar lingkaran varian rasa menjelaskan rasa keripik singkong, tulisan "Netto" menjelaskan isi produk keripik singkong, tulisan "Halal" menjelaskan produk keripik singkongnya halal, tulisan "Komposisi" menjelaskan bahan baku keripik singkong, tulisan "Diproduksi Oleh" menjelaskan yang membuat Keripik Singkong Dua Saudara.

b. Jenis *Font*/Tipografi, Jenis *font* yang digunakan untuk logo Keripik Singkong Dua Saudara adalah *font* Potato Chips. Desain kemasan Keripik Singkong Dua Saudara, untuk tulisan "Keripik Singkong", "Tidak ada duanya", menggunakan *font* Potato Chips, untuk Varian rasa pedas dan original menggunakan *font* Fresh Lychee, untuk tulisan "Netto 180gr", "Diproduksi oleh", "Komposisi", menggunakan *font* Helvetica.

- o Huruf /*font* Potato Chips

**ABCDEFGHIJKLM**  
**abcdefghijklm**

Gambar 1. Gambar *Font* Potato Chips

- o Huruf/*font* Helvetica

**abcghsgjhsvchgdjfg**  
**BVASHNDSBHS GFF**

Gambar 2. Gambar *Font* Helvetica

- o Huruf/font Fresh Lychee

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 3. Gambar *Font* Fresh Lychee

#### 4. Proses Desain atau Visualisasi

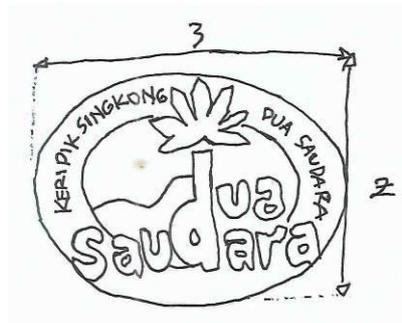
Dari sumber yang ada, ide awal untuk mendesain logo adalah dengan membuat dua bentuk lingkaran, daun singkong, garis lengkung berbentuk awan, dan tulisan Keripik Singkong Dua Saudara yang di desain sedemikian rupa sehingga menjadi logo yang menarik namun tetap tampil modern dan simpel. Sedangkan untuk ide awal desain kemasan adalah dengan menggabungkan logo, gambar pohon singkong, gambar Keripik Singkong Dua Saudara, tulisan keripik singkong, tagline "Tidak ada duanya", varian rasa, komposisi, dan logo tempat sampah. Industri rumahan Keripik Singkong Dua Saudara selama ini belum mempunyai logo sehingga dilakukan perancangan untuk membuat logo baru sesuai dengan masukan dan persetujuan dari hasil wawancara pemilik industri rumahan serta dari hasil kuisisioner konsumen target primer dan target sekunder.



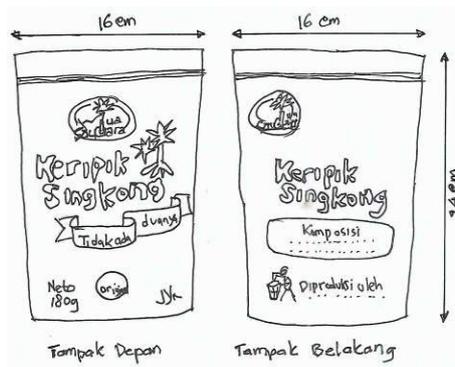
Gambar 4. Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara Belum Mempunyai Logo



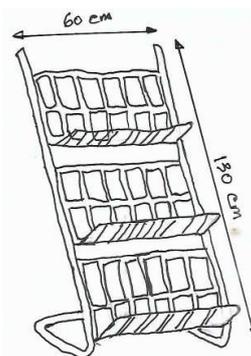
Gambar 5. Logo Keripik Singkong Dua Saudara Yang Akan Digunakan



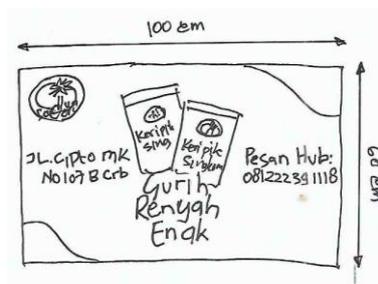
Gambar 6. Sketsa Logo Keripik Singkong Dua Saudara



Gambar 7. Sketsa Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara



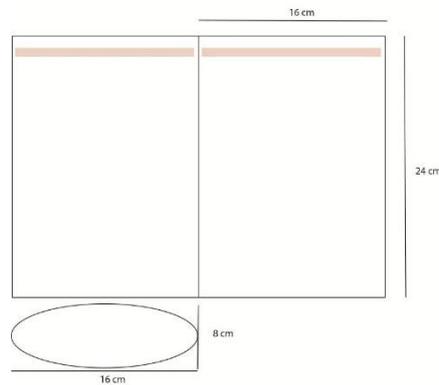
Gambar 8. Sketsa Rak Display Keripik Singkong Dua Saudara



Gambar 9. Sketsa Banner Keripik Singkong Dua Saudara



Gambar 10. Sketsa XBanner Keripik Singkong Dua Saudara



Gambar 11. Jaring-Jaring Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara

### HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 12. Logo Keripik Singkong Dua Saudara



Gambar 4.11. Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara Varian Rasa Original



Gambar 12. Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara Varian Rasa Pedas



Gambar 13. Rak Display Keripik Singkong Dua Saudara

### SIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan desain kemasan pada produk Keripik Singkong Dua Saudara yaitu guna meningkatkan kualitas produk, maka dibuatlah perancangan identitas visual berupa logo, tagline, dan warna ciri khas pada kemasan. Selain itu, dibuat juga perancangan lainnya seperti banner, rak display dan penjualan online menggunakan shopee.

### DAFTAR PUSTAKA

Iswidarti, Mega Putih. (2015). Perancangan Museum Anak-Anak di Kota Malang: Tema Folding Architecture. Jurusan Teknik Arsitektur. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Mufreni, Alfin NF. (2020). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus The Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen* Vol. 2 (2).
- Ramadani, Firman., Budi Santoso, dan Haris Hermawan. (2020). Perumusan Strategi Pemasaran pada Café Rame-Rame Jember dengan Metode Analisis SWOT (Sstudi Kasus pada Café Rame-Rame Jember). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, (12 Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*, (14 th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Lamb, C. W., Joseph, F. H., & Carl, M. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghina Amaliyah, Dewi Iriani, Ine Rachmawati, A Sobi Mutohari, Yuni Awalaturrohmah Solihah, Suhadi Parman, Abdun Wijaya (2022), Sosialisasi Permainan Edukatif dalam Meningkatkan Konsentrasi Belajar Melalui Bermain untuk Pendidikan Anak Usia Dini pada PAUD Nursalam Kab. Cirebon, *Jurnal Pengabdian UCIC: Vol. 1 No. 1*
- Ine Rachmawati, Dewi Iriani, A.Sobi Mutohari, Yuni Awalaturrohmah Solihah , Suhadi Parman (2022), Seminar Makna Keindahan Dalam Visual Karya Fotografi Seni pada Pameran Seni Rupa Kuningan Biennale Niaga , *Jurnal Pengabdian UCIC: Vol. 1 No. 1*
- Dewi Iriani, Suhadi Parman, Kusnadi, Ine Rachmawati, Yuni Awalaturrohmah, Abdun Wijaya (2022), *The Design of the Drajat Cirebon Public Health Center Service Flow Video As Visitor Service Flow Information* , *Jurnal Pengabdian UCIC: Vol. 1 No. 2*
- Muhammad Firdaus, Dewi Iriani, Ine Rachmawati (2022), Perancangan Video Dokumenter Sebagai Media Promosi pada Situs Makam Sunan Gunung Jati, *Jurnal Grafis, Vol. 1 No. 1*
- Tri Mulya, Sobi Mutohari, Suhadi Parman (2022), Perancangan Logo dan Kemasan Sebagai Penunjang Merek Pakan Alternatif dari Ubi Jalar di Desa Sampora, *Jurnal Grafis, Vol. 1 No. 1*