

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN “TIWUL CAKE” PRODUKSI BU MINAH SNACK DENGAN APLIKASI TEORI RETORIKA VISUAL DAN GAYA DESAIN GRAFIS

Sudjadi Tjipto Rahardjo¹, Sendika Rahmandhanik², Reno Octa Achmad F.³

^{1, 2, 3}STSRD VISI

Email: ¹Sudjadi1980@gmail.com, ²sendika16@gmail.com,

³renoocata@gmail.com

Abstrak: Ragam UMKM kuliner di Kabupaten Sleman secara garis besar terbagi atas jenis produk olahan makanan modern dan olahan makanan tradisional. Salah satu olahan kuliner tradisional yang unik dan menarik adalah “Tiwul Cake” produksi Bu Minah Snack. Makanan tradisional Tiwul berbahan dasar singkong sangat menarik & terasa lezat saat disajikan dalam bentuk *cake*. Keunggulan produk “Tiwul Cake” tidak didukung dengan desain kemasan yang tepat, kemasan yang digunakan hanya kemasan polos dan sederhana berwarna coklat. LP2M STSRD VISI bekerjasama dengan Rumah Kreatif Sleman (RKS) merancang program “Sumbangsih Kreatif Desain Kemasan untuk UMKM Sleman Tangguh”. Program pengabdian masyarakat dimasa pandemi ini bertujuan untuk meningkatkan *branding* produk UMKM terpilih di Kabupaten Sleman. Desain Kemasan dirancang menggunakan metode penelitian kualitatif. Wawancara dilakukan pada pemilik UMKM untuk menggali lebih mendalam perjalanan hidup membangun usahanya. Hasil analisis data kemudian menjadi dasar aplikasi teori Retorika Visual & teori Gaya Desain Grafis pada tampilan visual desain desainnya. Hasil program berupa 2 desain kemasan kreatif yang berbeda konsep dan tampilan desainnya. Diharapkan desain kemasan tersebut mampu meningkatkan daya jual produk “Tiwul Cake” Bu Minah.

Kata Kunci: Kemasan, Retorika Visual, Gaya Desain Grafis, UMKM

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak bulan Mei 2020 sampai dengan saat ini menimbulkan dampak yang luar biasa besar bidang kesehatan dan ekonomi. Usaha pemerintah dengan melakukan vaksinasi massal telah mulai dijalankan untuk masyarakat yang menjadi prioritas utama. Dalam bidang ekonomi di wilayah Yogyakarta khususnya dampak terbesar dirasakan oleh masyarakat pelaku industri Pariwisata, dan sektor usaha yang melayani kebutuhan anak kos khususnya mahasiswa. Banyak pelaku bisnis Pariwisata atau masyarakat yang kehilangan pekerjaannya yang lama kini beralih terjun ke bidang UMKM. UMKM yang kini menjadi tulang punggung ekonomi terus menggeliat, berusaha bertahan bertahan atau terus berinovasi dengan varian produk baru, inilah yang dinamakan UMKM Tangguh.

Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia (STSRD VISI) adalah perguruan tinggi swasta yang fokus pada jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah PTS istimewa yang memiliki keilmuan branding khususnya dalam perancangan kemasan. Pada masa pandemi Covid-19 ini ketika gerak laju perekonomian di Yogyakarta melemah sebagian masyarakat kemudian berusaha secara mandiri beralih pekerjaan menjadi pelaku usaha Kuliner/UMKM. disinilah bentuk kepedulian STSRD VISI sebagai kampus yang memiliki keilmuan DKV memberi sumbangsih kreatif pada para pelaku UMKM. Pada program sumbangsih kreatif ini LP2M STSRD VISI bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman melalui RKS (Rumah Kreatif Sleman) bersinergi memberikan sumbangsih kreatif bagi pelaku UMKM kuliner di Wilayah Kabupaten Sleman

Tujuan Program pengabdian adalah (1) memberikan sumbangsih kreatif branding UMKM berupa desain kemasan secara nyata bagi pelaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sleman. (2) Kepedulian dan sumbangsih kreatif STSRD VISI sebagai perwakilan dunia pendidikan desain bersama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman melalui RKS sebagai perwakilan pemerintahan daerah. Manfaat pengabdian adalah (1) Bagi UMKM memiliki desain kemasan yang unik, khas & representatif sehingga meningkatkan branding daya jual

produknya. (2) Bagi Rumah Kreatif Sleman (RKS) yang merupakan badan bentukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman: bentuk keperdulian dan uluran tangan nyata bagi pelaku UMKM di wilayah Sleman dimasa pandemi Covid -19. (3) Bagi STSRD VISI: memberikan studi kasus nyata permasalahan branding UMKM yang nyata bagi dosen & mahasiswa.

Ragam UMKM kuliner di Kabupaten Sleman secara garis besar terbagi atas jenis produk olahan makanan modern dan olahan makanan tradisional. Target yang dipilih adalah pelaku usaha mikro/kecil kuliner yang memiliki produk makan tradisional atau jajan pasar tetapi dikemas atau disajikan dalam bentuk modern. Salah satu olahan kuliner tradisional yang unik dan menarik adalah “Tiwul *Cake*” produksi Bu Minah Snack. Makanan tradisional Tiwul berbahan dasar singkong sangat menarik & terasa lezat saat disajikan dalam bentuk *cake*. Keunggulan produk “Tiwul *Cake*” tidak didukung dengan desain kemasan yang tepat, kemasan yang digunakan saat ini berupa kemasan polos dan sederhana berwarna coklat. Luaran program berupa dua buah purwarupa desain kemasan (*mock up*) berbahan kertas dan file master desain (Corel/Ai dan PDF) yang dapat diproduksi secara mandiri oleh UMKM.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode pengabdian yang digunakan adalah metode perancangan desain untuk menghasilkan karya kemasan yang representatif, unik sekaligus khas bagi produk UMKM Bu Minah Snack. Desain Kemasan dalam program pengabdian ini dirancang menggunakan metode penelitian kualitatif. Wawancara dilakukan pada pemilik UMKM untuk menggali lebih mendalam perjalanan hidup membangun usahanya. Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan SK Ketua STSRD VISI No 004/STSRDVISI/A2/VIII/2020 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Akademik dan Non Akademik Masa Pandemi Covid-19 dan Tatanan Adaptasi Kebiasaan Baru di STSRD VISI kegiatan pengabdian dilakukan secara daring/online dengan memaksimalkan fasilitas media sosial (Whatsapp) untuk berkomunikasi secara intens antara tim pengabdian dan pelaku UMKM. Karena keterbatasan penguasaan teknologi dari pemilik UMKM, dokumentasi proses produksi kuliner terpaksa dilakukan secara tatap muka dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan. Adanya pandemi membuat program pengabdian tidak berlangsung singkat. Kegiatan berlangsung ± 2 bulan (Mei-Juni 2021) dikarenakan proses penggalan data & konsultasi desain yang harus dilakukan secara intensif.

HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

Data hasil wawancara yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan SWOT untuk menemukan intisari data UMKM, hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis SWOT

STRENGTHS/KEKUATAN	WEAKNESS/KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tekstur <i>Tiwul Cake</i> lembut mirip dengan roti chiffon. 2. <i>Tiwul Cake</i> tanpa bahan pengawet & Harga terjangkau 3. Dibuat langsung sesuai pesanan, (<i>made by order</i>) sehingga terjaga kesegaran atau keawetan rotinya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan yang digunakan saat ini standar (membeli jadi) 2. Minimnya promosi, karena hanya melalui status WA 3. <i>Tiwul Cake</i> hanya bertahan 1 hari, namun saya sudah coba jika dimasukkan ke kulkas tahan 2 hari.
OPPORTUNITIES/PELUANG	THREATS/ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki peluang untuk menjadi produk buah tangan acara Kenduri di wilayahnya 2. Memiliki peluang untuk menjadi produk buah tangan/oleh-oleh wisata Yogyakarta 3. Berencana dikembangkan dengan varian topping dan rasa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya UMKM dengan produk serupa yang lebih inovatif dengan varian rasa, topping dan warna. 2. Promosi UMKM dengan produk sejenis lebih masif dengan kemasan yang menarik

Ditemukan 2 poin dari hasil analisis SWOT yang tepat untuk bahan perancangan kemasan, yaitu peluang produk Tiwul *Cake* menjadi produk buah tangan acara Kenduri di wilayah sekitar Seyegan (Sleman Barat) dan peluang Tiwul *Cake* untuk menjadi produk buah tangan/oleh-oleh wisata Yogyakarta. Hal ini dikarenakan ada destinasi wisata baru di wilayah Seyegan, yaitu Studio Alam Gamplong.

Dalam perancangan kemasan diaplikasikan teori retorika visual. Menurut Burke, penggunaan simbol tidak hanya terdapat dalam ungkapan verbal saja, tetapi termasuk juga pada semua sistem simbol manusia lain, seperti simbol dalam matematika, musik, patung, lukisan, tari, gaya arsitektur, dan sebagainya. Dari hasil upaya tersebut lahirlah kajian retorika yang berkaitan dengan fenomena visual atau disebut dengan retorika visual (Josephson et al., 2020) Retorika visual merupakan produk dari tindakan kreatif. Tidak semua objek visual merupakan kajian retorika visual terdapat tiga karakteristik dari retorika visual yaitu gambar harus simbolik, melibatkan intervensi manusia, dan disajikan kepada audience untuk tujuan berkomunikasi dengan audience tersebut (Ninla Elmawati Falabiba, 2019)

Dalam proses perancangan juga diaplikasikan gaya desain grafis pada tampilan visual kemasan. Gaya (*style*) pada prinsipnya adalah cara menyusun atau mengkombinasikan elemen-elemen di dalam seni, sastra, disain, dan arsitektur, sehingga menghasilkan sebuah komposisi yang bermakna. Selanjutnya (Riyanto, 2005) mengutip paparan (Arnston 1998) menyatakan bahwa gaya dalam desain grafis dapat diartikan sebagai suatu langgam yang berkembang pada zamannya yang muncul karena pengaruh perkembangan keadaan di masyarakat, baik pengaruh politik, ekonomi, maupun social yang muncul baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dalam objek desain grafis (Riyanto, 2005). Simpulan hasil analisis SWOT kemudian menjadi dasar aplikasi teori Retorika Visual & teori Gaya Desain Grafis seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Bagan Proses Perancangan Kemasan

DATA UMKM	SIMPULAN SWOT	TEMA ILUSTRASI
<ol style="list-style-type: none"> 1. Target market acara pengajian, arisan, & ulang tahun, dll 2. Usaha untuk mencukupi kebutuhan hidup, karena suami sudah tidak bekerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan menjadi panganan oleh-oleh (<i>ulih-ulih</i>) kenduri di wilayah sekitar Seyegan 2. Kesempatan menjadi buah tangan unik khas Yogyakarta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana ceria sesuai acara kenduri. Kegiatan membagikan Tiwul <i>Cake</i> kepada tamu sesaat sebelum pulang. 2. Selalu berinovasi & DUIT "Doa Usaha Iktiar dan Tawakal pasrah kepada Allah"
REFERENSI VISUAL	GAYA DESAIN GRAFIS	RETORIKA VISUAL
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya Desain Karikatur Norman Rockwell (1950) 2. Gaya Desain Memphis (1980) 	<p>Alegori (<i>Allegory</i>) adalah ceritera yang dikisahkan dari lambang-lambang; merupakan metafora yang diperluas dan berkesinambungan, tempat atau wadah objek-objek atau gagasan yang diperlambangkan, biasanya mengandung sifat-sifat moral atau spiritual manusia.</p>

Dari bagan proses perancangan diatas, kemudian dihasilkan dihasilkan 2 desain kemasan Tiwul Cake dengan konsep desain yang berbeda, seperti gambar berikut:



Gambar 1. Final Kemasan 1



Gambar 2. Final Kemasan 2



Gambar 3. Sumbangsih desain kemasan Tiwul Cake pada Ibu Minah

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari program “Sumbangsih Kreatif Desain Kemasan untuk UMKM Sleman Tangguh” simpulan yang ditemukan berupa:

1. Hasil pengabdian berupa 2 purwarupa desain kemasan kreatif “Tiwul Cake” yang berbeda konsep & tampilan desainnya. File master desain & purwarupa/mockup disumbangsihkan secara langsung pada bu Minah snack untuk dapat diproduksi sesuai kemampuan UMKM. Diharapkan karya desain kemasan yang baru mampu meningkatkan daya jual produk “Tiwul Cake” Bu Minah
2. Kesulitan terbesar pelaksanaan program perancangan desain kemasan yang dirancang secara daring adalah keterbatasan penguasaan teknologi & jaringan internet yang tidak stabilnya di rumah Bu Minah sehingga menyebabkan tim Abdimas terpaksa melakukan kunjungan langsung ke tempat produksi.
3. Pembatasan tatap muka akarena kondisi Pandemi menyebabkan dosen & mahasiswa anggota Abdimas hanya dapat bertemu secara virtual. Hal ini memberi dampak desain kemasan yang dihasilkan hanya menggunakan dasar struktur kemasan standar, tidak menggunakan struktur kemasan kreatif/rumit yang membutuhkan tatap muka secara langsung untuk memegang,

merasakan & memperkirakan kekuatan struktur kemasan purwarupa.

B. Saran

Saran yang ditemukan setelah program ini berakhir adalah desain kemasan *Tiwul Cake* yang telah disumbangsihkan pada ibu Minah snack membutuhkan bantuan dana dari RKS atau instansi terkait guna pembiayaan proses produksi kemasan di percetakan, mengingat keadaan keuangan UMKM yang minus saat Pandemi sekarang ini.

REKOMENDASI

Metode pengabdian perancangan desain kemasan ini sangat terbuka untuk diterapkan pada produk UMKM kuliner jajanan/makanan kekinian, atau bagi pelaku UMKM produk non kuliner, seperti produk kerajinan/craft yang banyak tersebar di DIY.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada LP2M STSRD VISI yang telah bersinergi dengan Rumah Kreatif Sleman (RKS) memberikan sumbangsih nyata desain kemasan “*Tiwul Cake*” produksi Bu Minah snack. Terimakasih juga kami ucapkan pada tim pengabdian masyarakat yang dalam kondisi pandemi Covid-19 tetap melaksanakan program pengabdian dengan tetap mengutamakan protokol kesehatan tanpa menurunkan target capaian. Terakhir tim mengucapkan terimakasih bagi ibu Minah yang dengan tulus meluangkan waktu & tenaga melayani permintaan data, wawancara & dokumentasi yang berkepanjangan dikarenakan proses komunikasi yang terbatas di masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Josephson, S., Kelly, J. D., & Smith, K. (2020). Handbook of visual communication: Theory, methods, and media. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*, 1– 494. <https://doi.org/10.4324/9780429491115>
- Ninla Elmawati Falabiba. (2019). *Penggunaan Visual Retorika Oleh Fotografer Dalam Proses Penyampaian Pesan Melalui Foto Human Interest*. 4(2), 1–15.
- Riyanto, B. (2005). Gaya Indies: Gaya Desain Grafis Indonesia Tempo Doeloe. *Nirmana*, 7(2), 134–143.