

**REDESAIN PACKAGING LADU “ONE” SEBAGAI
OLEH-OLEH KHAS PARIAMAN**

KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**Oleh:
Abil Farizki Absa
16027066/2016**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Jupriani, M.Sn**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

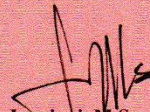
**REDESAIN *PACKAGING* LADU "ONE" SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS
PARIAMAN**

Nama : Abil Farizki Absa
NIM : 16027066/2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 23 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Jupriani, M.Sn
NIP. 19631008.199003.2.003

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn
NIP. 19830201.200912.2.001


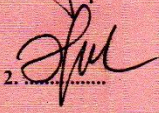
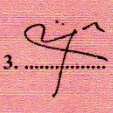
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

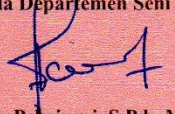
Judul : Redesain *Packaging* Ladu "One" Sebagai Oleh-oleh
Khas Pariaman
Nama : Abil Farizki Absa
NIM/BP : 16027066/2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 08 Juni 2023

Tim Penguji

	Nama/NIP	Tanda tangan
1. Pembimbing	: <u>Dr. Jupriani, M.Sn</u> NIP. 19631008.199003.2.003	1. 
2. Penguji I	: <u>Hendra Afriwan, M.Sn</u> NIP. 19770401.200812.1.002	2. 
3. Penguji II	: <u>Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds</u> NIP. 19861023.201903.2.006	3. 

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliva Pebriveni, S.Pd., M.Sn
NIP. 19830201.200912.2.001

ABSTRAK

Abil Farizki Absa 2023: “Redesain Packaging Ladu “One” Sebagai Oleh-oleh Khas Pariaman.” Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Ladu “One” merupakan kue kering tradisional yang merupakan salah satu cemilan khas Kota Pariaman, Ladu “One” belum mempunyai kemasan yang menarik karena masih menggunakan media plastik kaca yang sama dengan para produk pesaing di Kota Pariaman. Definisi kemasan menurut Philip Kotler (119) adalah “*The activities of designing and producing the container or wrapper for a product.*” Memiliki makna sebuah aktivitas atau kegiatan dalam merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. *Re-Design* kemasan ini bertujuan untuk menciptakan daya tarik visual bagi pengembangan Ladu “One” dan bisa menggambarkan identitas produk secara jelas. Pada perancangan ini penulis menggunakan metode *Research and Development* yang digunakan pada perancangan ini sesuai dengan alur dari Thiagarajan yakni 4-D (Four-D Models). Model pengembangan ini terdiri atas empat tahapan, yaitu tahap *define* (pendefinisian), *design* (perancangan), *develop* (pengembangan) dan *disseminate* (penyebaran). Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah SWOT. Hasil uji kelayakan dari perancangan kemasan ini mendapat respon positif dari beberapa responden dan merasa puas terhadap redesain kemasan baru produk Ladu “One”, yang juga didukung dengan berbagai media pendukung untuk memperkenalkan Ladu “One” sebagai oleh-oleh Khas Pariaman seperti : poster, *sticker*, faktur, Apron, *papper bag*, *T-Shirt*, dan kardus.

Kata Kunci : *redesain kemasan, ladu one, khas, pariaman*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga perancang dapat menyelesaikan Karya akhir **"Redesain *Packaging* Ladu "One" Sebagai Oleh-oleh Khas Pariaman"**. Perancangan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.

Perancangan ini tidak terlepas dari bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perancang mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Eliya Febriyeni, S. Pd, M.Sn. selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dini Faisal, S. Ds, M. Ds selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Ibu Dini Faisal, S. Ds, M. Ds selaku pembimbing akademis.
4. Ibu Dr. Jupriani, M.Sn. selaku dosen pembimbing karya akhir yang telah membimbing perancang dengan sabar dan maksimal, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga terlaksananya penulisan Karya Akhir ini.

5. Ibu Dwi Mutia Sari, S. Ds, M. Ds dan Bapak Hendra Afriwan, M.Sn. selaku penguji dalam penulisan karya akhir ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang yang telah memberikan perancang ilmu pengetahuan sehingga perancang dapat menyelesaikan proposal ini.
7. Kedua orang tua perancang beserta keluarga besar yang senangtiasa mendoakan dan memberi motivasi serta dukungan baik secara muril maupun materil
8. Ibu Musrina yang memiliki usaha Ladu “One” yang telah memberikan data usaha serta membantu penulis dalam mengolah data serta informasi yang dibutuhkan dalam karya akhir.
9. Rekan-rekan mahasiswa/i Seni Rupa, Prodi DKV khususnya angkatan 2016 yang selalu memberi semangat, dukungan dan masukan dalam Tugas Akhir yang penulis buat.

Perancang menyadari bahwa perancangan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, namun ini adalah langkah awal menuju kesuksesan bagi perancang. Untuk itu perancang menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Perancang mengharapkan semoga tugas akhir ini berguna bagi semua pembaca dan bagi perancang sendiri.

Padang, 5 Juni 2023

Abil Farizki Absa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Berkarya	4
F. Orisinalitas	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praksis	6
1. Data Verbal	6
2. Data Visual	6
B. Kajian Teoritis	10
1. Kemasan	10
2. Fungsi Kemasan	10
3. Desain Kemasan	12
4. Prinsip-prinsip Desain Kemasan	13
5. Kriteria Desain Kemasan	14
6. Layout	17

7. Tipografi	17
8. Warna	18
C. Karya Relevan	19
D. Kerangka Konseptual	21
BAB III METODE PERANCANGAN	22
A. Metode Perancangan	22
B. Metode Pengumpulan Data	28
1. Data Primer	28
2. Data Sekunder	29
C. Metode Analisis Data	29
D. Strategi Media	30
1. Media Utama	30
2. Media Pendukung	31
E. Jadwal Kerja	32
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	34
A. Konsep Verbal	34
1. <i>Brainstroming</i>	34
2. Penamaan Produk	35
3. <i>Tagline</i>	36
B. Konsep Visual	36
1. Moodboard	37
2. Ilustrasi	37
3. Tipografi	40
4. Warna	41
5. Deskripsi Desain	42
C. Media Utama	44
D. Media Pendukung	45
E. Rencana Anggaran Biaya	48
F. Layout	50

1. Layout Kasar	50
a. Layout Kasar Media Utama	50
b. Layout Kasar Media Pendukung	52
2. Layout Komprehensif	59
a. Layout Komprehensif Media Utama	59
b. Layout Komprehensif Media Pendukung	61
G. Final Media	67
1. Final Media Utama	67
2. Final Media Pendukung	68
H. Uji Kelayakan	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
KEPUSTAKAAN	76
LAMPIRAN I	
LAMPIRAN II	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	7
Gambar 2	7
Gambar 3	8
Gambar 4	8
Gambar 5	9
Gambar 6	9
Gambar 7	20
Gambar 8	21
Gambar 9	35
Gambar 10	37
Gambar 11	38
Gambar 12	39
Gambar 13	40
Gambar 14	51
Gambar 15	53
Gambar 16	53
Gambar 17	54
Gambar 18	55
Gambar 19	56
Gambar 20	57

Gambar 21	58
Gambar 22	60
Gambar 23	61
Gambar 24	62
Gambar 25	63
Gambar 26	64
Gambar 27	65
Gambar 28	66
Gambar 29	67
Gambar 30	68
Gambar 31	68
Gambar 32	69
Gambar 33	69
Gambar 34	70
Gambar 35	70
Gambar 36	71
Gambar 37	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1	32
Tabel 2	41
Tabel 3	42
Tabel 4	44
Tabel 5	49
Tabel 6	72
Tabel 7	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak ragam makanan khas daerah dan sudah banyak dikenal oleh dunia. Salah satunya adalah Rendang yang merupakan makanan khas minang dari Provinsi Sumatera Barat, serta *empek-empek* dari Provinsi Sumatera Selatan. Sumatera Barat dikenal memiliki beraneka ragam kuliner khas di Indonesia, umumnya orang hanya mengenal kuliner khas Minang seperti randang, dendeng batokok, sate Padang dan gulai kapau. Padahal masih banyak lagi kuliner khas minang di Kota dan Kabupaten di Sumatera Barat yang belum dikenal oleh masyarakat Indonesia, salah satunya Ladu.

Ladu merupakan kue kering tradisional yang merupakan salah satu cemilan khas Kota Pariaman. *Ladu* berbentuk pipih dengan garis-garis diseluruh permukaan karena dalam pembuatannya menggunakan arai pinang atau bunga pinang sebagai alat pencetak manual. Di Kota Pariaman terdapat beberapa industri pengolahan cemilan Ladu salah satunya adalah Usaha Ladu “One”.

Ladu “One” beralamat di Jalan Syekh Mohammad Jamil No 31, Kampung Perak, Pariaman Tengah, Kota Pariaman. Ladu “One” ini digagas oleh Ibuk Musrina pada tahun 2009 bersama keluarga hingga sampai saat ini. Ibuk Musrina menjelaskan usaha yang dikelola itu berawal dari Ibunya yang sering membuat ladu setiap bulan puasa sehingga munculah ide Ibuk Musrina

untuk membuka usaha Ladu “One” ini. Pada saat sekarang ini Usaha Ladu “One” sudah mempunyai 10 karyawan, dengan hasil produksi kurang lebih 100kg/hari ladu.

Ladu “One” telah mempunyai kemasan, tetapi masih menggunakan kemasan plastik kaca bening dengan desain yang sederhana. Menurut Titik Wijayanti (2012), kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu :

1. Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk.
2. Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang ditoko.
3. Memberikan keamanan produk saat pendistribusian produk.
4. Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
5. Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

Sementara berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Musrina, Beliau merasa produk Ladu yang Ibu Musrina miliki tidak mengalami perkembangan signifikan dari segi penjualan. Rata-rata penjualan Ibu Musrina perhari hanya 30kg sampai 40kg. Ibu Musrina berharap terjadi peningkatan penjualan salah satunya dengan melakukan inovasi kemasan agar tampilan produknya bisa menonjol dibanding produk serupa yang ada di Kota Pariaman. Untuk itu perancang merasa perlu meredesain kemasan camilan Ladu “One” supaya menjadi salah satu pilihan cemilan tradisional ketika berkunjung ke Kota Pariaman sehingga bisa meningkatkan daya tarik konsumen pada produk Ladu “One”

Sebagai seorang desainer komunikasi visual, hal ini merupakan suatu tantangan karena dituntut untuk dapat memaksimalkan daya tarik kemasan agar bisa bersaing dengan produk-produk cemilan lainnya, apalagi Ladu “One” ini berada dilokasi yang strategis dan banyak produk pesaing yang berjualan dilokasi yang sama.

Dari permasalahan di atas, perancang merasa perlu merancang kembali kemasan Ladu “One” yang berbentuk *Standing Pouch* untuk memaksimalkan daya tarik pada kemasan. Dengan demikian judul dari laporan Karya Akhir ini adalah “*Re-Design Packaging* Ladu “One” Sebagai Oleh-oleh Khas Pariaman”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi menjadi beberapa masalah yaitu :

1. Produk Ladu “One” belum menonjol dari segi visual dibanding produk serupa yang ada di Kota Pariaman.
2. Kurangnya daya tarik kemasan yang memikat konsumen secara langsung sebagai oleh-oleh khas Pariaman.
3. Produk Ladu “One” belum banyak diketahui oleh masyarakat terutama di luar Kota Pariaman.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah yang dikemukakan perancang dalam karya akhir ini adalah Ladu “One” belum

mempunyai kemasan yang menarik karena masih menggunakan media plastik kaca yang sama dengan para produk pesaing di Kota Pariaman.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dari itu perancang mencoba merumuskan masalah yaitu, bagaimana membuat *Re-Design* kemasan produk Ladu “One” yang menarik sehingga bisa jadi salah satu pilihan cemilan ketika orang berkunjung ke Kota Pariaman.

E. Tujuan Berkarya

1. Melakukan *Re-Design* kemasan pada Ladu “One” dengan tujuan menciptakan inovasi kemasan yang menonjol dibandingkan produk pesaing.
2. Merancang unsur visual berupa elemen gambar, teks, layout dan ilustrasi pada masing-masing produk untuk menciptakan daya tarik visual bagi pengembangan Ladu”One”.
3. Melakukan *Re-Design* kemasan pada Ladu “One” dengan tujuan supaya bisa menggambarkan identitas produk Ladu “One” secara jelas.

F. Orisinalitas

Dalam merancang kemasan ini perancang akan membuat kemasan produk *Re-Design* Ladu “One”. Keorisinalitasan dari perancangan kemasan ini merupakan karya buatan perancang sendiri, Perancangan tugas akhir ini bertujuan membuat inovasi kemasan produk yang menarik sehingga

menghasilkan desain kemasan produk Ladu “One” yang memikat daya tarik konsumen.