

Nama : Ida Bagus Kt. Trinawindu S.Sn.,M.Erg
Email : trinawindu.dkv.dps@gmail.com
PRODI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, FSRD ISI DENPASAR
No HP : 085737282008

DESKRIPSI SINGKAT DARI KARYA DESAIN KEMASAN GARAM TRADISIONAL BALI



DEFINISI KEMASAN

APA ITU KEMASAN MAKANAN?

Sebelum mencapai tangan konsumen, umumnya dilakukan proses pengemasan atau packaging pada produk makanan. Tujuan utama dari pengemasan makanan adalah untuk melindungi dan mempertahankan kualitas produk. Kemasan makanan merujuk pada bahan yang digunakan untuk membungkus atau mewadahi makanan, baik yang bersentuhan langsung atau tidak. Fungsinya mencakup perlindungan terhadap kontaminasi eksternal, menjamin keamanan, menjaga kualitas, dan memperpanjang masa simpan produk. Signifikansi kemasan makanan terletak pada peran krusialnya

dalam memastikan ketahanan dan keamanan produk yang dikemas. Oleh karena itu, disarankan untuk memahami persyaratan kemasan makanan yang efektif.

Umumnya, terdapat tiga jenis kemasan produk makanan, yaitu:

1. Kemasan primer: kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk makanan
2. Kemasan sekunder: kemasan berisi produk yang sudah dikemas dengan kemasan primer
3. Kemasan tersier: kemasan yang dibuat untuk distribusi produk makanan. Jenis-jenis kemasan makanan juga beragam, mulai dari kertas, plastik, gelas, hingga logam. Pemilihan kemasan tersebut harus disesuaikan dengan bahan makanan yang diproduksi.

FUNGSI KEMASAN MAKANAN

Kemasan berfungsi sebagai wadah, sarana distribusi, dan sarana pemasaran sehingga desain kemasan harus disesuaikan dengan produk yang dikemas dan segmen pasar yang dituju. Berfungsi sebagai wadah artinya menempatkan produk ke dalam suatu tempat dan membuatnya layak dan aman. Disamping itu kemasan berfungsi untuk melindungi isi dari panas, air, mikroorganisme, dan bahan pencemar tertentu sehingga menjaga kualitas produk tetap awet dan segar dalam jangka waktu tertentu.

Kemasan juga merupakan suatu branding produk. Kemasan yang bagus dapat langsung mengingatkan konsumen tentang image dari produk garam tradisional. Konsumen memiliki ingatan yang kuat dan mampu mengasosiasikan produk garam tradisional dengan berbagai hal lewat kemasan yang didesain secara matang. Ketika konsumen mencari produk garam tradisional di tengah tumpukan ratusan produk lainnya, kemasan garam tradisional yang bagus akan mampu tampil menonjol di antara kemasan yang lainnya.

Berikut adalah beberapa fungsi kemasan makanan.

1. Melindungi produk terhadap pengaruh fisik, seperti pengaruh mekanik dan cahaya
2. Melindungi produk terhadap pengaruh kimiawi, misalnya kelembapan udara atau uap air
3. Melindungi produk terhadap pengaruh biologik, misalnya bakteri
4. Mempertahankan keawetan dan mutu produk
5. Memudahkan penanganan yang meliputi penyimpanan, transportasi, penumpukan, atau perpindahan tempat
6. Sebagai media informasi produk dan saran promosi
7. Memberikan informasi pada konsumen, misalnya mengenai penggunaan dan penyimpanan
8. Memberikan daya tarik produk.

APA SYARAT KEMASAN MAKANAN YANG BAIK?

Kemasan yang efektif memiliki kemampuan untuk melindungi produk makanan dari berbagai pengaruh lingkungan, seperti oksigen, cahaya, kelembapan, mikroorganisme, emisi gas, serangga, debu, dan faktor lainnya. Kemasan perlu bersifat non-toksik dan tidak meninggalkan residu pada makanan. Fungsi kemasan mencakup pemeliharaan bentuk, rasa, kebersihan, dan nilai gizi dari produk yang dikemas. Efektivitas kemasan dipengaruhi oleh bentuk, ukuran, dan jenisnya. Selain itu, bahan kemasan juga harus ramah lingkungan dan tidak mencemari ekosistem. Kemasan merujuk pada material atau wadah yang digunakan untuk melindungi, menyimpan, mengemas, dan membungkus produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga dapat mempengaruhi presentasi, keamanan, dan daya tahan produk. Tujuan utama kemasan adalah menjaga kualitas produk, melindungi dari kerusakan atau kontaminasi, dan memberikan informasi kepada konsumen. Kemasan juga dapat berperan dalam memasarkan produk dan memenuhi persyaratan regulasi terkait keamanan pangan.

ELEMEN DESAIN DALAM KEMASAN

1. WARNA

Merupakan elemen penting yang berdampak besar pada suatu desain. Pemilihan warna yang harmonis akan menghasilkan kesan tertentu dan tampak indah. Warna yang

digunakan dalam kemasan ini dominan warna biru sebagai lambing diproduksinya garam di laut. Sedangkan warna lainnya melambangkan identitas warna Bali Tri Datu yaitu warna merah, hitam dan putih.

Warna dalam kemasan sangat penting karena dapat memberikan dampak besar terhadap persepsi konsumen, brand recognition, dan daya tarik visual. Beberapa elemen warna dalam kemasan melibatkan:

1. **Kontrast Warna:** Penggunaan kontras warna antara elemen-elemen kemasan, seperti latar belakang dan teks, dapat meningkatkan keterbacaan dan menarik perhatian konsumen.
2. **Pemilihan Warna Utama (Dominan):** Warna utama kemasan yang mendominasi dapat memberikan identitas visual yang kuat dan membantu konsumen mengenali merek dengan mudah.
3. **Konsistensi Warna Merek:** Memastikan konsistensi warna dengan identitas merek membantu membangun kesan yang kuat dan kohesif di antara berbagai produk atau varian.
4. **Warna sebagai Penanda Kategori:** Beberapa warna dapat diasosiasikan dengan jenis produk atau kategori tertentu. Misalnya, warna hijau seringkali digunakan untuk produk organik atau ramah lingkungan.
5. **Psikologi Warna:** Pilihan warna dapat mempengaruhi emosi dan persepsi konsumen. Misalnya, warna biru sering dikaitkan dengan kepercayaan dan ketenangan, sementara warna merah dapat mengekspresikan kegembiraan atau keberanian.
6. **Pemilihan Warna Berdasarkan Target Pasar:** Pemilihan warna dalam kemasan bisa disesuaikan dengan preferensi dan budaya target pasar. Beberapa warna memiliki makna dan simbolisme yang berbeda di berbagai budaya.
7. **Warna untuk Membedakan Varian Produk:** Penggunaan warna yang berbeda untuk varian produk atau edisi terbatas dapat membantu konsumen mengidentifikasi perbedaan di antara produk-produk tersebut.
8. **Warna untuk Menyoroti Fitur atau Informasi Penting:** Warna juga dapat digunakan untuk menyoroti informasi penting seperti promo, sertifikasi, atau keunggulan produk.

2. TEKS DAN TIPOGRAFI

Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakteristik yang sesuai untuk subjek iklan. Dalam desain kemasan ini teks dan tipografi yang digunakan adalah jenis huruf sans serif (huruf tidak berkait) serta menggunakan aksara Bali sesuai Surat Edaran Gubernur Bali Nomor 3172 Tahun 2019 Tentang Penggunaan Busana Adat Bali Dan Aksara Bali. Aksara Bali yang ada pada kemasan ini terdapat pada nama produk yaitu Uyah Bali. Sedangkan penjelasan komposisi dari garam menggunakan huruf arial agar mudah untuk dibaca oleh konsumen.

Elemen tipografi dalam kemasan adalah aspek-aspek terkait penggunaan huruf, jenis huruf, dan tata letak teks untuk menyampaikan informasi dan menciptakan identitas visual. Berikut beberapa elemen tipografi yang umumnya ditemukan dalam desain kemasan:

1. **Jenis Huruf (Font):** Pemilihan jenis huruf sangat penting karena dapat menciptakan nuansa tertentu. Beberapa merek mungkin menggunakan jenis huruf yang lebih formal, sementara yang lain mungkin lebih suka yang lebih kasual atau modern.
2. **Ukuran Huruf:** Ukuran huruf harus disesuaikan dengan ukuran kemasan dan jarak pandang yang diinginkan. Informasi penting harus memiliki ukuran huruf yang mencolok dan mudah dibaca.
3. **Warna Teks:** Warna teks dapat meningkatkan keterbacaan dan memadukan desain secara keseluruhan. Penting untuk memastikan kontras yang memadai dengan warna latar belakang untuk memastikan kejelasan pesan.
4. **Spasi Antar-Huruf (Kerning):** Pengaturan spasi antar-huruf dapat memengaruhi keterbacaan dan estetika teks. Pemilihan kerning yang tepat membantu menciptakan tata letak yang seimbang.
5. **Spasi Antar-Baris (Leading):** Leading merujuk pada spasi vertikal antara baris-baris teks. Pengaturan yang baik dapat membuat teks lebih mudah dibaca dan memungkinkan tata letak yang rapi.
6. **Gaya Teks (Bold, Italic, dll.):** Pemilihan gaya teks seperti teks tebal atau miring dapat digunakan untuk menyoroti informasi tertentu atau menciptakan hierarki dalam pesan.

7. Kepala Teks (Heading): Penggunaan kepala teks atau judul dapat membantu memisahkan bagian-bagian berbeda dalam kemasan, seperti informasi produk, petunjuk penggunaan, atau tagline merek.
8. Jalan Baca (Readability): Desain tipografi harus memprioritaskan keterbacaan. Penggunaan huruf yang terlalu rumit atau warna teks yang sulit dibaca dapat menghambat pemahaman konsumen.
9. Konsistensi Tipografi: Konsistensi dalam penggunaan jenis huruf, ukuran, dan gaya tipografi di seluruh kemasan membantu menciptakan identitas merek yang kuat dan memberikan tampilan yang terorganisir.

3. ILUSTRASI

Menurut wikipedia Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik gambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk.

Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi digital yang memperlihatkan dua orang petani garam yang sedang bekerja dan beberapa bentuk grafis yang melengkung secara dinamis serta adanya ornamen sebagai identitas Bali secara umum. Dalam desain kemasan ini dibuatkan juga logo dari perusahaan yang memproduksi garam tradisional Bali ini dengan visual petani garam yang sedang menggendong hasil panen serta terdapat ilustrasi awan dan icon ajakan buang sampah pada tempatnya.

Elemen ilustrasi dalam kemasan adalah elemen visual atau gambar yang digunakan untuk menambah nilai estetika, menyampaikan pesan, atau menjelaskan fitur produk. Berikut adalah beberapa elemen ilustrasi yang sering ditemui dalam desain kemasan:

1. Gambar Produk: Ilustrasi produk yang jelas dan menarik dapat membantu konsumen memahami produk secara visual. Ini dapat berupa gambar produk itu sendiri atau ilustrasi yang menunjukkan cara produk digunakan.
2. Grafis atau Ikon Khusus Produk: Beberapa produk memiliki fitur khusus atau keunggulan tertentu yang dapat diilustrasikan dengan grafis atau ikon. Misalnya, simbol "Organik," "Ramah Lingkungan," atau "Non-GMO."
3. Petunjuk Penggunaan atau Instruksi: Ilustrasi dapat digunakan untuk memberikan petunjuk penggunaan atau instruksi penggunaan produk dengan jelas. Ini membantu konsumen memahami cara menggunakan produk dengan benar.

4. Ilustrasi Prosedur atau Langkah-langkah: Jika produk memerlukan perakitan atau memiliki langkah-langkah tertentu untuk digunakan, ilustrasi dapat membantu menjelaskan prosedur tersebut dengan lebih baik.
5. Cerita Brand atau Narasi Produk: Ilustrasi dapat digunakan untuk merancang cerita brand atau narasi produk yang menggambarkan nilai-nilai merek, proses produksi, atau cerita di balik produk tersebut.
6. Ilustrasi Karakter atau Mascot: Beberapa merek menggunakan karakter atau maskot sebagai elemen ilustrasi yang khas. Ini dapat membantu menciptakan identitas merek yang kuat dan dapat dikenali.
7. Background atau Pola Ilustratif: Ilustrasi dapat digunakan sebagai elemen latar belakang atau pola untuk mendekorasi kemasan dan menambahkan elemen artistik yang menarik.
8. Ilustrasi Sejarah Produk: Jika produk memiliki sejarah atau cerita tertentu, ilustrasi dapat digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen ini dan meningkatkan koneksi emosional dengan konsumen.
9. Ilustrasi untuk Menyoroti Keunggulan Produk: Ilustrasi dapat digunakan untuk menyoroti fitur atau keunggulan produk dengan cara yang lebih menarik dibandingkan dengan penjelasan teks saja.

4. BENTUK

Bentuk adalah salah satu unsur desain grafis yang juga merupakan inti dari sebuah desain. Ada dua kategori desain yaitu bentuk geometrik dan bentuk organik. Bentuk geometris adalah lingkaran, kotak, dan segitiga. Bentuk organik biasanya memiliki proporsi yang tidak kaku dan teratur. Dalam kemasan garam tradisional Bali ini bentuk yang digunakan adalah berbentuk geometris yaitu kotak untuk memudahkan dalam pengemasan produk garam dan memudahkan dalam memajang produk ini dalam etalase supermarket.

Bentuk kemasan merujuk pada tata letak fisik dan desain keseluruhan wadah atau pembungkus produk. Desain bentuk kemasan dapat sangat beragam dan dimaksudkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, estetika, serta fungsionalitas. Berikut adalah beberapa contoh bentuk kemasan yang umum ditemui:

1. Kemasan Kotak (Box): Bentuk kemasan kotak sering digunakan untuk produk-produk seperti barang elektronik, mainan, atau makanan kering. Kemasan kotak dapat memberikan perlindungan yang baik dan memungkinkan fleksibilitas desain.
2. Kemasan Botol atau Kaleng: Produk cair atau minuman sering dikemas dalam bentuk botol atau kaleng. Desain botol dapat bervariasi dari botol plastik yang sederhana hingga botol kaca yang elegan.
3. Kemasan Sachet atau Kantong: Produk-produk seperti sampo, sabun cuci, atau bumbu makanan sering dikemas dalam bentuk sachet atau kantong yang mudah dibuka.
4. Blister Pack: Kemasan blister pack melibatkan wadah transparan yang menutupi produk dan biasanya digunakan untuk produk-produk farmasi, suplemen, atau mainan kecil.
5. Tubular Packaging: Bentuk kemasan tabung atau silinder sering digunakan untuk produk-produk seperti pasta gigi, salep, atau serbuk.
6. Kemasan Blistex atau Clamshell: Sejenis kemasan yang terdiri dari dua bagian yang saling terhubung dan dapat dibuka dan ditutup seperti kerang. Digunakan untuk produk-produk kecil atau aksesoris.
7. Kemasan Amplop atau Pouch: Pouch atau amplop sering digunakan untuk makanan ringan, produk kesehatan, atau produk-produk yang memerlukan kemasan yang ringan dan mudah dibawa.
8. Kemasan Berbentuk Unik: Beberapa produk inovatif menggunakan kemasan dengan bentuk unik dan kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Contohnya adalah kemasan yang meniru bentuk produk atau merek tertentu.
9. Kemasan Reusable atau Eco-Friendly: Kemasan yang dirancang untuk digunakan kembali atau ramah lingkungan menjadi semakin populer. Ini mencakup botol air minum tahan lama, tas belanja kain, atau wadah makanan yang dapat digunakan kembali.
10. Kemasan Tetra Pak: Kemasan yang terbuat dari karton laminasi, umumnya digunakan untuk produk-produk cair seperti susu atau jus.

LOGO PRODUK



Terdiri dari bentuk prisai sebagai lambang kekuatan dan terdapat lingkaran berwarna merah yang sering dihubungkan dengan energi, perang, bahaya, kekuatan, tekad yang kuat, hasrat, dan cinta. Merah adalah warna yang mempunyai unsur emosional yang kuat. Sedangkan siluet menggambarkan petani garam yang sedang memanen hasil garamnya. Terdapat tulisan aksara Bali yang dalam bahasa latinnya dibaca dengan bacaan Uyah Bali. Di bagian bawah terdapat daun yang berwarna keemasan yang mempunyai makna garam tradisional Bali akan mencapai keemasan dan akan terus berkembang.

Logo adalah sebuah simbol grafis atau tanda identifikasi yang dirancang khusus untuk mewakili suatu perusahaan, merek, produk, atau organisasi. Fungsinya adalah untuk memberikan identitas visual yang unik dan mudah dikenali, serta menciptakan citra merek yang kohesif. Logo seringkali digunakan dalam keperluan pemasaran dan branding untuk membedakan suatu entitas dari yang lain dan meningkatkan kesan merek di mata konsumen.

Beberapa karakteristik logo yang umum melibatkan:

1. Sederhana: Logo cenderung memiliki desain yang sederhana agar mudah diingat dan mudah dikenali.

2. Mudah Dikenali: Logo harus dapat dengan cepat diidentifikasi dan dihubungkan dengan merek atau perusahaan yang mewakilinya.
3. Skalabilitas: Logo harus tetap jelas dan mudah dikenali baik dalam ukuran besar maupun kecil, dari spanduk besar hingga ikon kecil di media sosial.
4. Warna: Pemilihan warna pada logo memiliki peran penting dalam menciptakan identitas merek dan memicu respons emosional dari konsumen.
5. Relevansi: Logo sebaiknya mencerminkan nilai-nilai, misi, atau karakteristik utama dari perusahaan atau produk yang diwakilinya.
6. Fleksibel: Logo sebaiknya dapat diaplikasikan di berbagai media dan platform tanpa kehilangan kualitas atau daya tarik visual.
7. Timeless (Abadi): Logo yang baik dirancang agar tetap relevan dan tidak ketinggalan zaman seiring berjalannya waktu.
8. Unik: Logo harus memiliki elemen unik yang membedakannya dari logo merek lainnya dan memberikan identitas yang khas.
9. Seragam: Pada penggunaan yang konsisten, logo harus memberikan tampilan seragam di berbagai materi pemasaran, seperti situs web, brosur, kemasan produk, dan lainnya.

Logo bukan hanya gambar atau simbol semata, melainkan merupakan representasi visual dari identitas merek yang menciptakan kesan dan pengenalan merek di mata konsumen. Proses perancangan logo melibatkan pertimbangan desain grafis, psikologi warna, dan strategi branding untuk memastikan bahwa logo mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi merek dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hanlon, J. (2015). *Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. Rockport Publishers.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
3. Koo, M., & Lee, J. (2018). *Sustainable Packaging Design: A Holistic Approach*. CRC Press.
4. Soroka, W. (2002). *Fundamentals of Packaging Technology*. Institute of Packaging Professionals.
5. Robertson, G. L. (2012). *Food Packaging: Principles and Practice (3rd ed.)*. CRC Press.
6. Yam, K. L. (2009). *The Wiley Encyclopedia of Packaging Technology*. John Wiley & Sons.
7. <https://www.wikipedia.org>