

PEMODELAN KEMASAN KAIN PADA BATIK PLENTONG

Ratih Pertiwi

Fakultas Desain dan Industri Kreatif – Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11510
ratih.pertiwi@esaunggul.ac.id

Abstract

Plentong batik company located in Daerah Istimewa Yogyakarta was established in 1952. Plentong means light or incandescent where the company has the intention that in its business always glowing and developing. Plentong batik company located on the road leading to one tourist attraction, this is the attraction for tourists to visit and can see the process of batik in Plentong batik. As for the process of batik, the production of batik plentong fabric company there are two kinds of batik tulis and batik cap. Through the application of existing modeling that is only a description of the letters of the process of batik on iron or aluminum material. The related scope is the packaging design of the plentong batik company. With the condition of the production process and followed by the visit of tourists so that the required attraction and become an aesthetic that supports the company, such as the influence of batik damage on the packaging. This study aims to provide input in the form of re-design or modeling on plentong batik packets that are both functional and aesthetic and are expected to be applied to those who use them. This research method uses qualitative research method, by choosing data collection strategy of phenomenology. This strategy is based on the consideration of the flexibility in researching, so that the data obtained can be modeling solution. Phenomenology approach is related to the understanding of how everyday, which aims to interpret social action as a Which is meaningful and can reconstruct a meaning. Thus, the researchers will tell the experience that the author experienced during researching the sign of business at the company Batik Plentong.

Keywords: *packaging cloth, batik plentong, design*

Abstrak

Perusahaan batik Plentong yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta didirikan pada tahun 1952. Plentong mempunyai arti yaitu cahaya atau pijar dimana perusahaan mempunyai maksud agar dalam usahanya selalu bercahaya dan berkembang. Perusahaan batik plentong yang terletak di jalan yang menuju salah satu objek wisata, hal ini yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan dapat melihat proses pembatikan di batik Plentong. Adapun dari proses pembatikan, hasil produksi dari perusahaan kain batik plentong ada dua macam yaitu batik tulis dan batik cap. Melalui penerapan dari pemodelan yang telah ada yaitu berupa hanya keterangan huruf dari proses pembatikan di atas bahan material besi atau aluminium. Ruang lingkup yang terkait adalah desain kemasan dari perusahaan batik plentong. Dengan kondisi proses produksi dan diikuti adanya kunjungan dari wisatawan sehingga diperlukan daya Tarik dan menjadi sebuah estetika yang mendukung perusahaan, seperti adanya pengaruh dalam kerusakan batik pada kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan berupa *re-design* atau pemodelan pada kemasan batik plentong yang baik secara fungsi dan estetika serta diharapkan dapat diaplikasikan kepada yang menggunakannya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan memilih strategi pengumpulan data fenomenologi. Strategi ini didasarkan pada pertimbangan keleluasaan dalam meneliti, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi solusi pemodelan. Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan pemahaman tentang bagaimana keseharian, yang bertujuan untuk menginterpretasikan tindakan sosial sebagai sebuah yang bermakna serta dapat merekonstruksi sebuah makna. Dengan demikian, peneliti akan menceritakan pengalaman yang penulis alami selama meneliti papan tanda usaha di perusahaan Batik Plentong.

Kata kunci: *kemasan kain, batik plentong, desain*

Pendahuluan

Berdirinya perusahaan kain batik Plentong ini didirikan pada tahun 1952 oleh keluarga bapak H. Djaelani. Plentong mempunyai arti cahaya atau pijar dimana perusahaan mempunyai maksud agar dalam usahanya selalu bercahaya dan berkembang terus. Perusahaan

kain batik Plentong terletak di jalan Tirtodipuran No. 48 Kotamadya Yogyakarta, juga untuk melestarikan seni batik tulis dan batik cap sekaligus berwirasasta.

Dengan meningkatnya permintaan batik plentong yang semakin tajam sehingga perusahaan mempunyai ijin kerja usaha pada

September 1986. Dan dikarenakan kewalahan dalam melayani permintaan dari konsumen dalam negeri maupun konsumen mancanegara, maka untuk mengatasinya perusahaan batik Plentong melakukan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan batik dari solo dan pekalongan. Dari data diatas sampai dengan tahun ini 2017 batik Plentong masih diminati oleh konsumen lokal maupun asing, bahkan permintaan terkadang meningkat. Paradigma desain kemasan merupakan suatu konsep desain harus menampilkan banyak tingkat estetika dan fungsional. (Marianne, 2006).

Secara visual, adanya sebuah desain kemasan yang memiliki daya Tarik dan kualitas yang baik dengan memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya. Perilaku umum konsumen, hal pertama yang menjadi daya Tarik suatu barang adalah kemasan produk tersebut. Kemasan juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi suatu citra tertentu.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi saat memasarkan sebuah produk adalah kemasan. Para produsen atau pelaku usaha, umumnya masih menggunakan kemasan dari segi konvensional dengan mengandalkan produknya (menggunakan pembungkus plastik dan dari bahan material kertas). Tanpa disadari hal tersebut dapat mengurangi nilai daya Tarik dari kemasan tersebut. Sebagai yang diketahui produk batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO.

Fungsi dari kemasan dan pengemasan adalah untuk mawadahi dan melindungi sebuah produk dari kerusakan-kerusakan sehingga lebih mudah disimpan, diangkut dan dipasarkan. Secara umum, fungsi pengemasan adalah melindungi dan mengawetkan produk seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskannya yaitu 'Bagaimana merancang sebuah kemasan dengan material kain yang menarik dan ideal?'

Apakah desain kemasan batik plentong saat ini telah memenuhi unsur standarisasi dan ergonomi bagi konsumen?



Gambar 1
Proses Pembuatan Pola Pematikan
Sumber : Ratih Pertiwi

Metode Pelaksanaan

Diawali dari Kunjungan penulis ke Perusahaan Batik Plentong untuk melihat situasi pembatik disana dilakukan pada 5 sampai dengan 8 April 2017, bersamaan dengan kunjungan mahasiswa desain ke Yogyakarta dalam rangka kunjungan Industri tahun 2017. Pelaksanaan P2M ini menggunakan beberapa alat atau *tools* dan bahan yang digunakan dalam teknik sablon seperti screen, rakel, meja cetak, catok, bingkai screen, tempat jemur, gelas ukur, mangkuk plastik, bantalan pengalas, kaca penekan dan meja gambar. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari dua kali kegiatan. Satu kegiatan terdiri dari dua sesi. Sesi pertama adalah pemberian materi melalui in focus tentang pemahaman desain kemasan, jenis-jenis material kemasan, tujuan desain kemasan, penggunaan warna, pemilihan tipografi. Sesi kedua yaitu pelaksanaan sablon atau dilakukan proses dari penerapan pada desain kemasan. Pada kunjungan tersebut dibicarakan kemungkinan penulis melakukan Pengabdian kepada masyarakat setelah melakukan pertemuan dengan pemilik Perusahaan Batik Plentong. Pelaksanaan disepakati dengan tenggat waktu lebih kurang 7 bulan setelah dari pertemuan ini. Pelaksanaan P2M ini melibatkan beberapa pokok yang dibahas selain kursi membatik. Pokok bahasan yang lain adalah tentang pencahayaan dan alat kerja membatik seperti sarung tangan membatik. Berikut jadwal kegiatan pengabdian di Perusahaan Batik Plentong.

Tabel 1.
Jadwal Kegiatan P2M

No	Tanggal	Kegiatan
1	5 April 2017	Survey dan pencarian data Pembagian tema dan tugas yang disesuaikan 1. Tema pencahayaan Interior 2. Tema Kursi Membatik 3. Tema Alat keselamatan Kerja 4. Tema Label dan signage 5. Tema Busana Seragam Tenaga Pematikan
2	6 April 2017	Analisis dan kajian berdasarkan masing-masing tema
3	7 April 2017	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema) dan pembekalan mengenai busana seragam melalui proses fashion
4	8 April 2017	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
5	9 April 2017	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
6	25 Agustus 2017- 5 September 2017	Laporan Akhir dan hasil untuk perusahaan Batik Plentong.

Adapun metode pengamatannya dilakukan secara fenomenologi, yaitu :

Penulis menerapkan penggunaan metode kualitatif fenomenologi yang berlandaskan pada kebenaran empirik sensual, logika, etika dan atas dasar kebenaran ini fenomenologi menghendaki kesatuan antara subyek peneliti dengan pendukung objek penelitian. Keterlibatan subjek peneliti di lapangan dan penghayatan fenomena yang dialami menjadi salah satu ciri utama. Penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran dan pengetahuan peneliti karena data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti. (Semiawan, 2010) dalam situasi-situasi tertentu. Oleh karena pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan fenomenologi yang melibatkan semua panca indera dalam melakukan pengamatan terhadap objek penelitian.

Analisis awal di paparkan secara deskripsi pada masing-masing obyek melalui pengamatan intensif dengan bantuan dokumentasi berdasarkan kategori yang sudah ditentukan sebelumnya. Penarikan dalam kesimpulan berupa deskripsi dari hasil analisis yang akan menjawab perumusan masalah penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

a. Desain Kemasan (*Packaging Design*)

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Desain kemasan harus berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari berbagai latar belakang, minat dan pekerjaan yang berbeda. Paradigma desain kemasan yakni suatu konsep desain harus menampilkan banyak tingkat estetika dan fungsional. Mengemas merupakan tindakan membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang. Kata “kemasan” mengimpikasikan hasil akhir proses mengemas. Kemasan merupakan kata benda- sebuah objek.

Idealnya, suatu desain kemasan dievaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa desain tersebut sesuai dengan permintaan pasar yang terus berubah. Sarana-sarana tersebut

membantu menentukan efektifitas suatu desain kemasan dalam memenuhi tujuan pemasaran.

Kemasan juga mencerminkan identitas yang mengandung elemen gambar, grafik dan struktur desain dari suatu kemasan yang mampu mencirikan dan membedakan suatu produk dari yang lain. *Packaging design* suatu produk sangat menentukan keberhasilan program visual merchandising. Desain kemasan dan labelisasi produk mensinergikan desain produk, branding dan logo dengan perpaduan gambar yang menarik.

b. Panel Display Utama

Selain itu, struktur desain kemasan atau apapun yang digunakan (botol, toples, tabung, tas, kantong atau kotak), terdapat area yang dikhususkan untuk menempatkan identitas merek dan elemen-elemen komunikasi utama. Area ini disebut dengan Panel Display Utama (*Primary Display Panel-PDP*) yang terdapat pada bagian depan desain kemasan.

Primary Display Panel – PDP yang didesain dengan baik adalah mengkomunikasikan strategi pemasaran, mengilustrasikan informasi produk secara jelas, menekankan informasi, menyarankan fungsi dan tujuan produk secara efektif.

Analisa Kemasan Batik

Berdasarkan desain kemasan mendorong kesuksesan pemasaran ketika. desain kemasan itu mereflesikan kualitas yang baik dengan harga yang wajar, isi produk dan pesan pemasaran ditampilkan dengan jelas dan langsung, desain kemasan tahan lama selama di penyimpanan, saat di *display* maupun penggunaan produk serta desain kemasan inovatif dan kompetitif.



Gambar 2
Rancangan Kemasan Batik Plentong
Sumber : Ratih Pertiwi, 2017

Adapun prinsip dasar desain disesuaikan untuk memenuhi tujuannya. Empat penarik

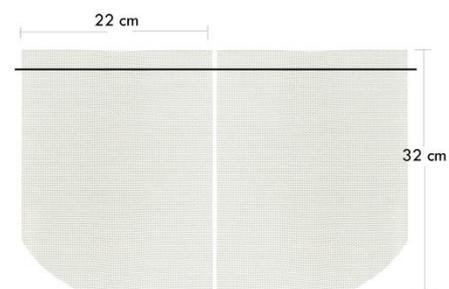
perhatian utama :

1. Warna
2. Struktur fisik atau bentuk
3. Simbol dan Angka
4. Tipografi

Melalui pelatihan ini diharapkan audiens dapat secara mandiri mengaplikasikan desain pada kemasan yang diperuntukan sebagai wadah atau sarana menyimpan produk yang dibeli oleh pengunjung atau pembeli. Namun hal yang utama selain itu adalah sebagai salah satu solusi dari pengurangan dari penggunaan kantong plastik yang kemudian beralih kepada bahan material kain yang digunakan untuk kemasan batik Plentong.



Gambar 3
Hasil Akhir Pemodelan Kemasan Batik
Plentong
Sumber : Ratih Pertiwi, 2017



Label

Gambar 4
Skema Kemasan Batik Tulis
Sumber : Ratih Pertiwi, 2017

Kesimpulan

Kemasan atau *packaging* merupakan bagian penting dalam memasarkan sebuah produk. Melalui perkembangan desain kemasan dalam masyarakat yang dinamis, perkembangan teknologi, material, produksi dan kondisi masyarakat konsumen yang terus berubah sehingga diperlukan adanya inovatif yang kreatif.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya diperlukan pengetahuan baru terkait kemasan dari bahan kain yang dapat memiliki fungsi dan tujuan selain untuk melindungi, menyimpan, namun desain kemasan dapat dinilai sebagai estetika dan solusi dari pengurangan penggunaan kantong plastik. Tanpa mengurangi nilai dari kualitas dari batik tulis yakni batik plentong. Untuk dapat menjaga kualitas batik tidak luntur warna saat disimpan kedalam kemasan, oleh karena itu pemilihan material bahan kain digunakan sebagai kemasan batik yang ideal dan menarik.

Daftar Pustaka

- Adian, Donny Gahral. (2010). *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Klimchuk, Marianne Rosner. (2007). *Desain Kemasan*. Bandung : Erlangga.
- Moleong, Lexi J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Semiawan, Conny R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Siregar, Laksmi Gondokusumo. (2005). *Fenomenologi Dalam Konteks Arsitektur*. Jakarta : UI-Press.
- Sutiono, Rudy Jusup. (2009). *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta: PT. Gramedia.