

# SERAT RUPA

OPEN ACCESS JOURNAL OF  
INTERIOR DESIGN  
COMMUNICATION VISUAL DESIGN  
FASHION DESIGN



**DAFTAR ISI SERAT RUPA JOURNAL OF DESIGN VOL. 1, NO. 1**

- 1. ANALISA IDENTITAS VISUAL PADA IKLAN FASHION BRAND INTERNASIONAL DKNY**  
Sandy Rismantojo
- 2. ANALISIS KRITIS VISUALISASI *GAME COOKING MAMA* DALAM KONTEKS IDEOLOGI DAN SIMULASI**  
Miki Tjandra
- 3. INTERAKTIVITAS NARASI DALAM INFOGRAFIS DIGITAL INFOGRAFIS TEMPO.CO**  
Ari Kurniawan, Agung Eko Budiwaspada, Irfansyah
- 4. KAJI BANDING METODE PENGAJARAN SANGGAR MENGGAMBAR DALAM KONTEKS PERKEMBANGAN BAHASA RUPA ANAK DI BANDUNG**  
I Nyoman Natanael
- 5. KAJIAN ELEMEN PEMBENTUK IDENTITAS GENDER PADA RESTORAN BERTEMA PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG**  
Aan Setiwati
- 6. KAJIAN IKONOLOGI IKLAN TELEVISI SUSU FORMULA NUTRILON ROYAL 3 VERSI "*LIFE IS AN ADVENTURE*"**  
Naniwati Sulaiman
- 7. KAJIAN LABEL KEMASAN MAKANAN RINGAN UMKM DI 3 KELURAHAN DI KOTA BANDUNG**  
Nina Nurviana
- 8. KAJIAN POLA KONTROL PRIVASI PENGHUNI TERHADAP PENERAPAN KONSEP SOHO PADA RUMAH TINGGAL DI KOTA BANDUNG**  
Toddy Hendrawan Yupardhi
- 9. PERANCANGAN PROMOSI *EVENT* TEATER BONEKA SEBAGAI KAMPANYE TOLERANSI BERAGAMA**  
Saskia Putri Agustine, Nina Nurviana, Miki Tjandra
- 10. STRATEGI KREATIF MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM KAMPAYE SOSIAL OLEH ORGANISASI BERBASIS KOMUNITAS " RUMAH CEMARA" BANDUNG**  
RA. Dita Saraswati
- 11. TINJAUAN VISUAL DESAIN KEMASAN DAN SAMPUL ALBUM BAND INDIE MOCCA PADA ALBUM BERFORMAT *AUDIO CD***  
Ayyub Anshari Sukmaraga, Iman Sudjudi, Susanto

## **KAJIAN LABEL KEMASAN MAKANAN RINGAN UMKM DI TIGA KELURAHAN KOTA BANDUNG**

Nina Nurviana  
(Email: nina\_leisa@yahoo.co.id)

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri. MPH no. 65 Bandung, Indonesia

### **ABSTRAK**

Kajian tentang label kemasan makanan ringan yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jarang diangkat padahal dari sisi perekonomian berkontribusi cukup besar pada Produk Domestik Bruto Indonesia. Sektor UMKM pun terbukti memiliki ketangguhan dalam menghadapi krisis ekonomi yang kerap terjadi di Indonesia, selain itu ikut membantu meringankan pemerintah Indonesia dalam masalah lapangan kerja. Produk UMKM berbagai keripik dan kerupuk sebagian beredar untuk memenuhi pasar kelas bawah, dengan margin keuntungan yang tipis mereka harus memenuhi ketentuan pemerintah yaitu menyertakan label pada kemasan sebagai media informasi dan identitas kepada konsumen. Label dan kemasan berbagai keripik dan kerupuk akan dikaji dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi grafis kemasan pada label dan fisik kemasan. Kemasan plastik yang fleksibel baik di tingkat primer, sekunder dan tersier mempunyai keunggulan tersendiri yaitu memudahkan transportasi dan pendistribusian hingga menjangkau ke pelosok. Sebagian besar label menggunakan border dan prinsip layout keseimbangan simetri. Penggunaan tipografi dan warna pada label sudah cukup informatif, hanya dari segi kerapihan dan kejernihan perlu mendapat perhatian. Pemakaian kata seperti 'Sugih', 'Bagja', atau 'Sari Rasa' perlu dipertahankan agar menjadi keunikan lokal.

Kata kunci: kemasan, label, makanan ringan, tipografi, UMKM

### **ABSTRACT**

*Research about packaging label who produced byUMKM is rarely discussed, eventhough apart from its economical fact, this business contribute large sum of Indonesia's Domestic Bruto Product. Small local business sector is proven to have endurance against economy crisis which occurs frequently in Indonesia, and have benefit in helping government to tackle unemployment issues. UMKM product like chips and crackers distributed to satisfy low income market, however with the slightly minimum profit margin, they must have fulfill governments policy to put label on its packaging as information medium and brand identity for the consumers. Packaging label of various chips and crackers research shall implement with qualitative approach, in purpose for identifying packaging's graphic on label. Plastic package possess flexibility in many aspect, from primary, secondary and tertiary function has their own advantage, convenience logistic and possibility to reach remote areas. Majority of products label designed to be symmetrical layout with border and basically the design always similarity between products to another. The utilization of typography and color on the label already decently has informative, the point to be improved is the clarity& neatness. Traditional local words always used 'Sugih', 'Bagja' or 'Sari Rasa' are advisable to be maintained to preserve local taste.*

*Keyword: label, packaging, snack, typography, UMKM*

## PENDAHULUAN

Kajian tentang label dan kemasan produk makanan atau minuman yang diproduksi oleh pengusaha tingkat menengah ke atas dari aspek ilmu desain komunikasi visual relatif sering diangkat baik dalam skripsi, tugas akhir atau tesis. Hal ini memicu keinginan untuk meneliti seperti apa dan bagaimana label dan kemasan produk makanan yang diupayakan oleh pengusaha UMKM atau biasa disebut Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Produk makanan ringan UMKM sebagian besar memenuhi penjualan warung-warung di gang-gang kecil di pemukiman warga, di lingkungan SD maupun TK kelas menengah ke bawah. Produk makanan ringan ini ditujukan kepada anak-anak di kelas bawah sebagai cemilan dengan harga yang terjangkau oleh daya beli orang tuanya.

Usaha rumahan ini di satu sisi membantu meringankan pemerintah yang mempunyai kewajiban menyediakan lapangan kerja dan menyejahterakan masyarakat yang efek positifnya ialah menghidupkan usaha perekonomian terutama di kalangan masyarakat bawah. UMKM terbukti berkontribusi sebesar 56,92% dari penyumbang PDB Indonesia atau setara Rp 1.213.25 triliun dan menyerap 97,3% total angkatan kerja (Priyono, 2014: 8).

Krisis moneter yang pernah terjadi pada tahun 1998 kemudian terjadi beberapa kali yang mempengaruhi perekonomian Indonesia hingga sekarang tahun 2015, misalnya akibat menguatnya Dollar Amerika, pengaruh naik turunnya harga BBM, iklim dan lain-lain membuktikan bahwa sektor UMKM ini memiliki ketangguhan dalam menghadapi fluktuasi krisis ekonomi dibanding usaha berskala besar yang pada saat bersamaan dirisaukan oleh perlambatan, penurunan bahkan harus mengurangi karyawannya.

Usaha UMKM tetap berlanjut, mereka rela mengurangi margin keuntungan dan setia kepada konsumen dengan harga jual yang tetap terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dan harga yang relatif stabil. Jika kondisi sangat menekan mereka berupaya dengan memperkecil produk atau mengurangi volume, dibandingkan dengan produsen kelas besar yang akan menyesuaikan diri dengan menaikkan harga.

Produk makanan ringan sangat beragam oleh karena itu akan ditentukan berdasarkan jenis yang paling banyak ditemukan di warung-warung dan yang tahan lama, maka yang dipilih adalah aneka jenis keripik dan kerupuk.

Setiap produk makanan membutuhkan kemasan. Fungsi awal dari kemasan adalah untuk mawadahi, menghimpun supaya tidak berhamburan, melindungi isi produk dari debu dan mempertahankan hingga saat digunakan. Pada perkembangannya fungsi kemasan semakin melebar tidak sekedar melindungi dan menginformasikan produk, namun dapat merepresentasikan produsen dan menciptakan nilai di benak konsumen. Bagi produsen berkapital besar mereka berani menaikkan biaya kemasan agar bercitra mahal yang berpotensi meninggikan harga jual, contohnya keripik singkong merek 'Maich' 2 versi.



Gambar 1. Berbagai keripik dan kerupuk produksi UMKM  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 2. Keripik singkong merek Maich  
Sumber: forumjualbeli.com

Produk yang akan dijual oleh produsen tidak bermasalah jika dipajang sendiri tanpa pesaing, lain halnya jika harus bersaing dengan produk sejenis lainnya di warung atau di kios-kios. Oleh karena itu, setiap produk yang dikemas wajib memiliki identitas dan informasi produk agar dapat dikenali oleh penjual dan konsumen.

Dalam rangka memasarkan dan mendistribusikan berbagai jenis keripik dan kerupuk mau tidak mau produsen harus membuat label yang berisi merek dan informasi produk, harus berurusan dengan sertifikasi dari BPOM (Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan), PP no. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, surat izin usaha dari Dinas Perindustrian setempat, atau sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Bagi produsen yang bermodal besar akan lebih leluasa merencanakan desain label dan kemasannya, lain halnya dengan produsen berskala mikro dan kecil, mereka harus bersiasat dengan berbagai kondisi yang

sempit, karena margin keuntungan yang tipis.

Kajian tentang label dan kemasan makanan yang diproduksi oleh UMKM jarang diangkat padahal dari sisi perekonomian berkontribusi cukup besar pada Produk Domestik Bruto Indonesia, selain dapat meringankan pemerintah dalam masalah lapangan kerja. Jika ada pihak yang berniat meningkatkan UMKM melalui desain label dan kemasan maka kajian ini dapat menjadi masukan yang kompromistis dengan kondisi UMKM.

Dengan asumsi awal bahwa label kemasan makanan ringan ini dibuat dengan biaya yang murah agar dapat dijual dengan harga terjangkau oleh anak-anak kalangan bawah, maka visual label akan ditinjau dari segi grafis, teknologi cetak atau penggandaannya.

#### **METODE PENELITIAN**

Materi yang diteliti adalah label dan kemasan, jenis makanan ringan yang dipilih adalah berbagai jenis keripik dan kerupuk. Harga jual mulai dari Rp 500,00 dan paling tinggi Rp 5.000,00 yang diambil dari kios, warung atau toko kecil di sekitar gang, sekolah SD di daerah Kelurahan Sukaluyu, Cihaurgeulis dan Cikondang di Kota Bandung. Penentuan materi dipilih dengan batas termahal sekitar Rp 5000,00 berdasarkan data dari 20 orang tua kalangan

bawah yang memberi uang jajan kepada anaknya per hari sebesar Rp 3.000,00 sampai Rp 5000,00 (12 orang Rp 5.000 dan 8 orang Rp 3000,00) dari anak-anak usia sekolah TK dan SD kelas awal.

Observasi objek desain label kemasan dilakukan berdasarkan sudut pandang peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data ini dapat berupa gejala, peristiwa, pendapat karya, artifak, dan sebagainya (Sarwono, 2007:139). Teori yang digunakan adalah teori desain grafis, teori desain kemasan serta teori cetak.

Makanan yang dijual kepada masyarakat wajib mengikuti ketentuan dari pemerintah, maka label kemasan yang diteliti akan dirujuk berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 tahun 1999 tentang Label Pangan dan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK 00.05.55.6497 tentang Kemasan Pangan.

#### **PEMBAHASAN**

Menurut yang tertera di kemasan, makanan ringan ini diproduksi di Muararajeun, Cipedes, Cikalong wetan (di daerah Bandung), Cicaheum, Ujungberung (dekat Bandung), Cimahi, Gegempalan-Cikoneng, Ciapus-Banjaran, Cikoneng-Ciamis, Leles-Garut (daerah di luar Kota Bandung),

Ambokembang-Kedungwuni (mungkin di daerah Jawa Tengah).

Bahan yang akan diteliti dikumpulkan dari berbagai warung dan kios sangat beragam dan dipilih jenis yang dominan, yaitu aneka jenis keripik dan kerupuk.



Gambar 3 Warung di gang kecil.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 4. Warung dan konsumen.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

## 1. Bahan Kemasan

Bahan kemasan yang dipakai sebagian besar menggunakan material plastik transparan, sebagian kecil memakai plastik fleksibel seperti kemasan merek 'Chiki'. Hanya satu kemasan yang menggunakan material kertas yaitu merek 'Mabasa'. Material plastik mempunyai keunggulan antara lain karena

mudah harganya, mudah disobek untuk mengeluarkan isinya dan bersifat melindungi dari mikroba atau debu dari luar. Selain itu plastik mempunyai sifat yang fleksibel, sehingga memudahkan untuk dipajang, digantung, dikaitkan atau dionggokkan di wadah plastik. Karena sifatnya yang fleksibel tempat pajangan menjadi terkesan tidak rapi. Faktor kekurangan dari kemasan makanan UMKM ini adalah bahan labelnya, beberapa label kemasan makanan sering menggunakan bahan kertas yang mengandung tinta cetak, tinta sablon, tinta fotokopi atau kertas bekas kiloan yang telah berisi tulisan yang tercetak dari hasil print atau fotokopi. Tinta cetak dan tinta fotokopi terdeteksi mengandung zat kimia timbal (Pb) jika terkena langsung dengan makanan maka akan membahayakan konsumen (<http://forum.detik.com/showthread.php>)



Gambar 5. Kemasan utama, kemasan yang langsung berhubungan dengan produk.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gbr 6. Kertas bekas yang dipakai untuk bahan label adalah berkas Badan Kepegawaian.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Akibat dari pemakaian kertas bekas dan efek dari makanan yang berminyak maka garis atau teks di belakang menjadi terlihat transparan.



Gbr 7. Label dari kertas bekas yang berminyak mengakibatkan garis di belakangnya terlihat.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gbr 8. Label dari kertas bekas yang berminyak mengakibatkan tulisan di belakangnya terlihat.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebagian kecil produsen menaruh label terpisah dari makanan seperti contoh pada gambar, dan ada juga yang melapisi label kertas dengan plastik tersendiri kemudian dimasukkan ke dalam kemasan bercampur dengan makanan.



Gbr 9. Contoh kemasan yang aman labelnya terpisah dengan makanan.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

## 2. Struktur Sistem Kemas

Struktur sistem kemas terdiri dari tiga tingkatan, yaitu kemasan primer, kemasan sekunder dan kemasan tersier. Gambar-gambar di bawah ini menunjukkan berbagai tingkatan kemasan



Gambar 10. Kemasan primer, langsung berhubungan dengan produk.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 11. Kemasan primer langsung berhubungan dengan produk.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 12. Kemasan sekunder dengan memasukkan sejumlah kemasan utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 13. Tidak menggunakan kemasan sekunder tapi memakaicara menghimpun beberapa kemasan utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Kemasan tersier berfungsi untuk memindahkan barang dan melancarkan distribusi. Umumnya berupa plastik berukuran besar yang dapat memuat sejumlah kemasan sekunder.



Gambar 14. Kemasan tersier, menghimpun kemasan sekunder yang telah berisi kemasan primer.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Ditemukan juga kemasan tersier berupa keranjang besar yang terbuat dari anyaman bambu. Kemasan tersier plastik atau keranjang ini dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan transportasi yang berukuran kecil seperti sepeda, motor atau becak, bahkan dapat diangkut oleh seseorang dengan memakai sebilah bambu sambil berjalan kaki. Penggunaan angkutan kecil dimaksudkan agar dapat dengan luwes menyusuri gang-gang kecil dan dapat mencapai tempat di pelosok yang jauh dari jalan besar.



Gambar 15. Kemasan tersier, berupa keranjang bambu.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 16. Kemasan tersier dan pengirim.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Kemasan berbahan plastik cenderung fleksibel, dapat dipajang dengan berbagai cara. Seperti dikaitkan ke paku di tembok atau jendela kios, diletakkan di keranjang atau disandarkan pada rak khusus.



Gambar 17. Cara pajang kemasan primer dan sekunder dikaitkan pada paku tembok.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 18. Cara pajang kemasan primer dan sekunder digantung pada paku kayu jendela.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 19. Cara pajang kemasan diletakkan di wadah.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 20. Cara pajang kemasan disandarkan pada kawat.  
Sumber: Dokumentasi pribadi

### 3. Label kemasan ditinjau dari grafis kemasan

Grafis kemasan meliputi *layout* dan unsur-unsurnya seperti tipografi, gambar dan warna. Hasil analisis label Dari 28 label yang dikaji, 75% menggunakan *border* atau bingkai, bingkai berupa garis atau bermotif, bentuknya persegi, oval atau jajaran genjang, yang terbanyak bentuk persegi. Sebagian besar atau sekitar 82% menggunakan prinsip keseimbangan simetris antara kiri dan kanan.



Gambar 21-24. Label yang menggunakan border/ bingkai.  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 25 Label yang nama mereknya dominan  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Informasi pada label tidak hanya satu atau dua pesan saja, tapi dapat lebih dari lima pesan. Dalam penyampaian informasi kepada konsumen harus ada *sequence* atau hierarki dari yang paling pertama dibaca hingga tambahan informasi lainnya yang menjadi pendukung. Rustan pada buku Layout dasar dan penerapannya menyatakan bahwa “Karena bila semua informasi itu ditampilkan sama kuatnya, pembaca akan kesulitan menangkap pesannya. Dengan adanya *sequence* akan membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan” (Rustan, 2008: 74). Produsen dapat menentukan apakah nama merek, nama produk, atau gambar dulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa produsen ingin nama mereknya yang lebih menonjol sebanyak 71%.



Gambar 26 Label yang nama mereknya dominan  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 27 Label yang nama produknya dominan  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebanyak 14% menonjolkan nama produknya, 7% sama sama kuat antara nama merek dan nama produk, sisanya kurang informatif, misalnya hanya ada tulisan

'aneka makanan ringan' tidak menjelaskan informasi nama makanannya.



Gambar 28 Label yang nama merek dan produknya dominan  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 30 Tumpang tindih antara nama dan huruf H  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 29 Label yang tidak mempunyai nama merek dan produk  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 31 Tumpang tindih antara nama merek dan gambar matahari  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Dari sisi aplikasi huruf/ tipografi, hampir semua label menggunakan jenis huruf yang standar atau biasa, sehingga tidak terlalu spesifik untuk menjadi karakter kemasan. Sebagian besar label terlihat cukup baik penataan hurufnya sehingga tidak mengurangi keterbacaan dan *legibilitas*. Hanya ada dua label yang penataannya mengganggu kenyamanan membaca karena tulisan yang tumpang tindih.

Teks atau kata-kata yang dipakai lebih banyak berkonotasi positif, seperti 'Sugih', 'Bagja', 'Harapan', 'Hikmah', 'Jempol', 'Madani', 'Sumber Rahayu'. Kata yang berkaitan dengan rasa, seperti 'Sari Rasa', 'Mega Rasa'. Nama merek yang berasal dari nama orang seperti 'Ujang Samud', 'Bapak Irib' menunjukkan nama *urang* Sunda. Nama karakter terkenal seperti 'Harry Potter', 'Donal Bebek' dan 'Panda'. Teks yang merupakan singkatan kata atau nomor seperti 'DS', 'DDN', 'ABG', '168'.

Warna tunggal yang dipakai adalah warna-warna primer seperti hitam, merah dan biru, sedangkan yang lain adalah kombinasi merah-biru, merah-hijau, dan kuning-biru, kemudian kombinasi tiga warna seperti merah-kuning-biru, merah-kuning-hitam, dan merah-kuning-hijau. Hanya terdapat tiga label yang menggunakan *full* warna sesuai dengan kemampuan teknologi cetak yang digunakan. Warna dasar label sebagian besar berwarna putih, sebagian berwarna kuning menimbulkan kontras yang tinggi dengan warna huruf atau warna gambar, keuntungannya adalah tulisan mudah dibaca, namun dari segi warna label menjadi kurang menarik karena kekuatan warna tidak diolah lagi. Ada satu label merek 'Mabasa' yang menggunakan kombinasi hitam-kuning-merah tapi dibuat variasi garis-garis sehingga hasilnya lebih menarik.



Gambar 33 Penggunaan warna yang diolah  
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebanyak 71% label menggunakan gambar antara lain: Gambar binatang seperti, ikan, udang, kupu-kupu, sapi, dan panda. Gambar tokoh karakter seperti: Popeye, Donal Bebek, Semar, Harry Potter. Gambar wajah seperti pada label Fuji, Mabasa, Jempol. Gambar sayuran seperti cabe. Gaya gambar yang dipakai adalah gaya kartun, realis sederhana dan gaya foto.



Gambar 32 Penggunaan warna yang kurang diolah  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 34 Gaya gambar realis sederhana  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 35 Gaya gambar kartun  
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 36 Teknik Fotografi  
Sumber: Dokumentasi pribadi

#### 4. Teknik Produksi Cetak Label

Selain unsur-unsur grafis ada hal lain yang turut mempengaruhi tampilan kemasan yaitu teknik yang dipakai dalam mendesain dan teknologi cetak yang dipakai dalam penggandaan kemasan/ label. (lihat tabel 1, pada lampiran)

#### 5. Unsur-unsur informasi kelayakan produksi dan legalisasi

Pada analisis tentang unsur-unsur informasi yang harus ada pada label, ternyata sebagian besar tidak mencantumkan jenis produk atau jenis rasa produk, karena hanya fokus pada satu rasa produk, tidak ada variasi berbagai macam rasa. Oleh sebab itu, fitur Jenis produk yang menurut teori desain kemasan harus ada tetapi tidak disertakan. Selain unsur-unsur yang harus tercantum pada label kemasan (nama merek, nama produk, logo halal, no. PIRT, nama produsen, komposisi, berat bersih, kadaluarsa, alamat/ lokasi) juga ditambahkan fitur *border*, gambar dan harga yang tujuannya untuk menganalisis grafis kemasan. PIRT adalah nomor Pangan Industri Rumah tangga yang terdaftar di Dinas Kesehatan, selain itu terdapat pula Nomor SP yang kepanjangannya adalah Sertifikat Penyuluhan. Nomor ini merupakan nomor pendaftaran dari Dinas Kesehatan setempat yang diberikan kepada pengusaha kecil dengan modal terbatas. Sumber: <http://www.legal4ukm.com> (Lihat tabel 2, pada Lampiran)

Hasil implementasi produsen membuat label dalam memenuhi ketentuan pemerintah dan syarat desain kemasan, adalah sebagai berikut:

- 2 produk tanpa label atau 7%
- 25 label mencantumkan nama merek atau 89%
- 25 label mencantumkan nama produk atau 89%
- 13 label mencantumkan logo halal atau 46 %
- 16 label mencantumkan nomor pendaftaran PIRT atau 57%
- 8 label mencantumkan nama produsen atau 29%
- 9 label mencantumkan komposisi makanan atau 32%
- 4 label mencantumkan tanggal kadaluarsa atau 14%
- 17 label mencantumkan alamat lokasi kota/daerah atau 61%
- 8 label mencantumkan harga atau 29%
- 4 label mencantumkan berat bersih atau isi bersih atau 14%
- Hasil implementasi produsen terkait dengan grafis kemasan 21 label menggunakan border pada *layout*-nya atau 75%
- 19 label menggunakan gambar pada *layout*nya atau 68%

## PENUTUP

Ditinjau dari aspek higienis dan kesan kelayakan kesehatan dan kebersihan, kemasan UMKM masih mempunyai kekurangan walaupun dengan alasan atau keterbatasan biaya, mereka dapat meminimalisir kekurangannya, misalnya tidak memasukkan label ke dalam kemasan sehingga label bercampur dengan makanan karena label memuat informasi yang tercetak di permukaan kertas yang mengandung zat-zat yang berasal dari tinta cetak atau tinta fotokopi. Zat-zat tersebut mengandung bahan zat kimia Pb atau timah hitam yang berbahaya jika dikonsumsi. Selain itu pemakaian kertas bekas pakai sering dilakukan karena dapat lebih menghemat biaya. Di sisi lain baik untuk program lingkungan karena dapat me'reuse' bahan yang sudah dipakai namun akan menambah resiko bahaya, karena kertas bekas pakai itu mengandung tinta printer atau tinta fotokopi. Bercampurnya label dengan makanan berminyak juga akan mengakibatkan tampilan kemasan menjadi tidak higienis. Hal-hal semacam ini dapat menjadi masukan bagi para pelaku usaha. Kemasan primer, sekunder dan tersier atau kemasan distribusi untuk produk UMKM sudah berjalan sesuai dengan kebiasaan. Kemasan plastik yang fleksibel dan isi produknya yang ringan mempunyai keunggulan tersendiri. Kemasan seperti ini

memudahkan transportasi, pendistribusiannya tidak tergantung pada kendaraan besar seperti mobil box, tetapi dapat menggunakan motor, becak sepeda bahkan diangkut dengan pikulan. Keunggulan transportasi semacam ini dapat dengan luwes memasuki gang-gang kecil berliku atau dapat menjangkau tempat yang jauh di pelosok. Kelemahan dari kemasan plastik adalah kurang dapat melindungi isi, seperti jenis keripik atau kerupuk yang rawan remuk.

Sebanyak 75% label menggunakan *border* dan sebanyak 82% menggunakan prinsip *layout* keseimbangan simetri. Hal ini menunjukkan suatu keseragaman, yang artinya satu sama lain label itu hampir mirip. Kemiripan dapat menyulitkan konsumen dalam mempersepsi merek, karena tidak ada karakter desain yang unik dan menonjol dari setiap label, seperti kata Klimchuk: "Suatu desain yang terlihat terlalu mirip dengan kompetitornya dapat menimbulkan kebingungan pasar" (Klimchuk pada Sabran, 2007: 43). Komposisi desain *layout* simetri dan dihiasi *border* sudah dikenal sejak zaman penjajahan Belanda. Gaya seperti ini muncul dari Eropa. Gaya *border* ini hingga kini masih menjadi acuan dalam membuat label terutama di daerah. Faktor-faktor semacam ini dapat menjadi masukan bagi para pelaku usaha terutama di daerah,

bahwa desain label tidak harus selalu 'me too' atau sama dengan yang sudah sering mereka lihat, bahwa akan lebih mudah diingat oleh konsumen atau penjual jika identitas merek memiliki ciri khas khusus yang tidak sama dengan lisan.

Secara umum penggunaan tipografi dan warna pada label sudah cukup informatif, hanya dari segi kerapihan dan kejernihan perlu mendapat perhatian, misalnya efek cetak fotokopi bertahap (fotokopi dari hasil fotokopi dan seterusnya) membuat huruf atau garis menjadi tidak rapi dan terkesan tidak higienis. Jika ingin 'naik kelas' atau menambah segmen baru para pelaku usaha sebaiknya mendandani label dan kemasannya sehingga dapat dijual lebih mahal.

Pemakaian kata-kata seperti 'Sugih', 'Bagja', 'Sumber Rahayu', 'Sari Rasa' menunjukkan masih kuatnya budaya lokal di daerah. Hal semacam ini perlu dipertahankan agar menjadi keunikan lokal.

Pemakaian gambar pada label mencapai 71%, Jika ingin menarik perhatian anak-anak, gambar dapat menjadi penarik perhatian utama. Beberapa gambar pada label, belum menunjukkan kedekatan dengan anak, misalnya tokoh Popeye, Semar untuk masa sekarang sudah tidak populer

lagi. Gambar sapi, kupu-kupu, ikan mungkin lebih sesuai dengan gaya kartun.

Teknik cetak atau penggandaan yang dipakai pada label ada 6 cara, yaitu teknik cap stempel, fotokopi, sablon pada plastik, cetak ofset raster, cetak blok warna, dan cetak rotogravur pada plastik fleksibel. Fakta ini menjadi penting bahwa teknik cetak tidak harus memakai yang canggih karena alokasi biaya cetak yang harus murah, maka teknik cap stempel, fotokopi, sablon dapat menjadi alternatif bagi para pelaku usaha di daerah atau pelaku usaha baru. Yang bisa ditingkatkan adalah dari desain dan pengetahuan tentang tampilan yang higienis.

Teknik cetak atau penggandaan yang dipakai pada label ada 5 cara, yaitu teknik cap stempel, fotokopi, sablon pada plastik, cetak ofset, dan cetak rotogravur pada plastik fleksibel. Fakta ini menjadi penting bahwa teknik cetak tidak harus memakai yang canggih karena alokasi biaya cetak yang harus murah, maka teknik cap stempel, fotokopi, sablon dapat menjadi alternatif bagi para pelaku usaha di daerah atau pelaku usaha baru. Yang bisa ditingkatkan adalah dari desain dan pengetahuan tentang tampilan yang higienis.

Implementasi produsen dalam membuat label yang memenuhi syarat Undang-undang Pemerintah dan syarat desain kemasan menghasilkan fakta bahwa masih ada produsen yang menjual produk makan tanpa label, sebagian besar produsen sudah menyadari pentingnya identitas seperti nama merek dan nama produk dalam label, separuh produsen sudah mempunyai legalitas seperti nomor pendaftaran dan logo halal dari MUI, sebagian besar produsen masih tidak mengabaikan ketentuan pemerintah yang terkait dengan perlindungan konsumen seperti informasi komposisi makanan, tanggal kadaluarsa, dan berat bersih atau isi bersih.

Fakta-fakta yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha, kalangan akademik dan desainer komunikasi visual dan desain produk, kalangan pemerintah yang terkait dengan UMKM. Desain Komunikasi Visual tidak hanya diperuntukkan bagi pengusaha kuat, tapi dapat berbagi dengan kalangan UMKM karena UMKM adalah ujung tombak yang berpotensi memperkuat perekonomian Indonesia.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dameria, A. (2014). *Packaging Handbook*. Jakarta: Link and Match Graphic.

- Klimchuk, M.R., Krasovec, S.A. (2007) *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. penterjemah Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Priyono, J., Syarbini, H. (2014). *Strategi UKM Naik Kelas*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sarwono, J., Lubis, H. (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Mouri (2008, Juli 18) Bahaya di balik Kemasan Plastik. Studi Kasus Jalur Penyebaran Racun Timbal. Diunduh 27 Oktober 2015 dari <http://forum.detik.com/showthread.php?p=3441965>
- Ratih, Dwi | ( 17 Oktober 2015 ) Begini Cara Kejar Sertifikat Halal. Diunduh 25 Oktober 2015 dari [www.dream.co.id/.../begini-cara-kejar-sertifikat-halal-](http://www.dream.co.id/.../begini-cara-kejar-sertifikat-halal) <http://www.legal4ukm.com>
- Nurviana, Nina (2011) *Kajian Fitur Identitas dan Karakter Kemasan Makanan Oleh-oleh yang Bercirikan Budaya*. Laporan Penelitian, Institut Teknologi Bandung

### LAMPIRAN

Tabel1. Teknik Produksi Cetak Label

<p>Label 'Mie Turki Spesial' dicetak dengan stempel dan tinta warna merah.</p>		
<p>Label 'WAH' warna merah biru dengan mesin cetak raster, yang di bawah adalah hasil fotokopi. Label 'Hikmah' hasil fotokopi terlihat buram, teks tidak jelas terbaca.</p>		
<p>Label 'Sari Rasa' dicetak mesin ofset satu warna. Label 'Panda' dicetak ofset dua warna.</p>		
<p>Label 'Kerupuk' udang dicetak satu warna raster. Label 'Mega Rasa' dicetak dua warna (raster).</p>		
<p>Label 'Melati' dicetak mesin ofset tiga warna. Label 'ABG' dicetak mesin ofset tiga warna.</p>		

<p>Label 'YHN' cetak sablon satu warna, di atas plastik transparan (mblobor)                  Label 'Madani' dicetak sablon 3 warna, putih, merah, biru di atas plastik transparan.</p>		
<p>Label '80' dicetak offset di atas plastik transparan                  Label 'Pangsit Jumbo' dicetak di atas plastik transparan.</p>		
<p>Label 'Jempol' dicetak mesin rotogravur pada bahan fleksibel                  Label 'Fuji' dicetak mesin rotogravur pada bahan fleksibel.</p>		

Tabel 2. Perbandingan Fitur yang Harus Ada dalam Kemasan untuk beberapa Merek Makanan Ringan

fitur	1 tanpa label	2 tanpa label	3	4	5	6
						
label			•	•	•	•
nama merek			•	•	•	•
nama produk			•	•	•	•
Logo halal			•	•	•	•

<b>No PIRT</b>				•		
<b>nama produsen</b>						
<b>komposisi</b>				•		
<b>berat bersih</b>						
<b>kadaluarsa</b>				•		
<i>border</i>			•	•	•	•
<i>gambar</i>					•	
<i>alamat/lokasi</i>			•	•		•
<i>harga</i>						•

<b>fitur</b>	7	8	9	10	11	12
						
<i>label</i>	•	•	•	•	•	•
<b>nama merek</b>	•	•	•		•	
<b>nama produk</b>	•	•	•	•	•	•
<b>Logo halal</b>	•		•	•	•	•
<b>No PIRT</b>	•					
<b>nama produsen</b>			•	•		
<b>komposisi</b>	•					
<b>berat bersih</b>						
<b>kadaluarsa</b>						
<i>border</i>	•	•	•	•	•	•
<i>gambar</i>	•	•	•	•	•	•
<i>alamat/lokasi</i>	•				•	•
<i>harga</i>			•	•	•	•

fitur	13	14	15	16	17	18
						
label	•	•	•	•	•	•
nama merek	•	•	•	•	•	•
nama produk	•	•	•	•	•	•
Logo halal		•	•			•
No PIRT		•	•	•	•	•
nama produsen		•		•		
komposisi			•			

fitur	25	26	27	28	29	30
						
label	•	•	•	•	•	•
nama merek	•	•	•	•	•	•
nama produk		•	•	•	•	•
Logo halal	•				•	•
No PIRT	•		•	•	•	•
nama produsen			•	•	•	
komposisi			•	•	•	•
berat bersih			•	•	•	•
kadaluarsa			•	•	•	
border	•	•				
gambar	•		•	•	•	
alamat/lokasi	•	•	•			
harga						