

DESAIN LABEL KEMASAN *SIJI USED COOKING OIL AROMA THERAPY CANDLE*

Ruby Chrissandy¹ & Grivenna Lavender Putri²

¹Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: rubyc@fsrd.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Surabaya
Email: grivenna.625200005@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has had an impact on micro, small and medium enterprises (MSME), conventional transaction and public consumption have decreased. Pigijo is a Non-Governmental Organization (NGO) that support MSME in marketing their products. Pigijo also supports the Merdeka Belajar Kampus Merdeka program by providing opportunities for students to do internships. One of their partners, Rumah Inspirasi Jogja (Rumijo), wants to increase businesses on local communities. Rumijo is a non-governmental organization that teaches about sustainable tourism, waste management and advancing the local community's economy. Rumijo's program is making aromatherapy candle products made from used cooking oil. The result is products that are marketable, environmentally friendly and promote the community's economy. The problem is that this product requires an attractive packaging label design for consumers. The purpose of this activity is to produce a packaging label design for this product. Methods of implementing activities through the stages of problem identification, problem formulation, research, production and presentation. Good packaging design can influence consumer perceptions of product quality. The packaging label design for this aromatherapy candle product made from used cooking oil was made with the visual elements used to be able to speak as an environmentally friendly, attractive product, and a local Yogyakarta product. Rumijo was very impressed with the design and hopes to help increase the value of the candle product. The results of the design carry the concept of natural, elegant, growing and beautiful, with a design strategy that carries Yogyakarta's unique flora as a visual identity and is named Siji.

Keywords: Rumijo, the packaging label design, aromatherapy candle.

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 berdampak pada pengusaha UMKM, pola transaksi dan konsumsi masyarakat menurun. Pigijo merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang membantu UMKM produk wisata dalam memasarkan produknya. Pigijo juga mendukung program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dengan memberi kesempatan pada mahasiswa magang. Salah satu mitranya yaitu Rumah Inspirasi Jogja (Rumijo) membutuhkan peningkatan bisnis lokal agar berdampak langsung pada masyarakat lokal. Rumijo adalah lembaga swadaya masyarakat yang mengajarkan tentang wisata berkelanjutan, pengelolaan sampah dan memajukan ekonomi masyarakat sekitar. Program yang dibuat Rumijo membuat produk lilin aroma terapi berbahan minyak jelantah. Hasilnya menjadi produk yang berdaya jual, ramah lingkungan dan memajukan ekonomi masyarakat. Permasalahannya produk ini memerlukan desain label kemasan yang menarik untuk konsumen. Tujuan kegiatan ini adalah menghasilkan desain label kemasan untuk produk ini. Metode pelaksanaan kegiatan melalui tahapan identifikasi masalah, merumuskan masalah, riset, produksi dan presentasi. Desain kemasan yang baik dapat mempengaruhi persepsi konsumen pada kualitas produk. Desain label kemasan dari produk lilin aroma terapi berbahan minyak jelantah ini dibuat dengan unsur visual yang digunakan harus mampu berbicara sebagai produk yang ramah lingkungan, menarik, dan produk lokal Yogyakarta. Rumijo sangat berkesan dengan desain tersebut dan berharap dapat membantu meningkatkan nilai produk lilin tersebut. Hasil desain mengusung konsep alami, anggun, tumbuh dan indah, dengan strategi perancangan mengusung flora khas Yogyakarta sebagai identitas visual dan diberi nama Siji.

Kata Kunci: Rumijo, desain label kemasan, lilin aroma terapi

1. PENDAHULUAN

Awal program PKM ini dari Pigijo perusahaan *marketplace* yang membantu mitra UMKM Rumijo (Rumah Inspirasi Jogja) membutuhkan desain kemasan untuk produk lilin aroma terapi yang menggunakan minyak bekas. Pigijo adalah merek dagang dari PT Tourindo Guide Indonesia, perusahaan yang bergerak di usaha penyedia jasa digital travel marketplace yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (PGJO). Pigijo berbentuk LSM yang mengajarkan wisata, produksi produk berkelanjutan, dan bertanggung jawab kepada pelaku UMKM untuk bekerja sama dengan Pigijo dalam memasarkan produknya. Pigijo bercita-cita menjadi marketplace desa wisata terbesar di Indonesia dan mengembangkan beberapa bidang kompetensi lain seperti *entrepreneurship*, konten kreatif, membuat konsep desa wisata dengan konteks homestay, budaya, kuliner, souvenir, destinasi, tour guide dan pemasaran digital. Pigijo mendukung kurikulum Kampus Merdeka memberikan kesempatan pada mahasiswa menambah pengalaman di industri dengan magang mengembangkan talentanya di bidang kompetensinya (Saroh, 2021).

Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada pengusaha UMKM di Indonesia, pola transaksi dan konsumsi masyarakat menurun sehingga diperlukan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh (Achsa et al., 2020). Pigijo sering mendapatkan permintaan dari mitra yang membutuhkan peningkatan bisnis lokal agar berdampak langsung pada masyarakat lokal. Salah satu mitra adalah UMKM Rumah Inspirasi Jogja (Rumijo) yang berada di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Rumijo merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat yang mengajarkan masyarakat tentang wisata berkelanjutan, pengelolaan sampah yang bertujuan pelestarian lingkungan dan memajukan ekonomi masyarakat sekitar.

Program pengelolaan sampah rumah tangga yang diinisiasi Rumijo adalah pelatihan membuat lilin dari bahan minyak goreng bekas. Peserta pelatihan diajarkan cara mengolah limbah minyak goreng bekas menjadi produk lilin sehingga mampu menjaga lingkungan (Lensa44, 2021). Produk tersebut dapat dimanfaatkan langsung seperti pemakaian pribadi atau dijual. Jika produk ini akan dijual maka diperlukan kemasan yang baik agar orang tertarik untuk membeli. Pihak Pigijo dan Rumijo mengajak tim PKM DKV Untar berdiskusi dan berkolaborasi untuk membantu produk lilin aroma terapi minyak jelantah. Mereka berharap pada tim PKM DKV Untar dapat memberikan perancangan desain label kemasan untuk produk tersebut agar menarik konsumen dan meningkatkan perekonomian di tengah pandemi.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini melalui tahapan-tahapan sebagai berikut; mengidentifikasi masalah, merumuskan masalah, riset, produksi dan presentasi. Identifikasi dan rumusan masalah didapat saat diskusi dengan pihak Pigijo dan Rumijo terkait dengan produk lilin aroma terapi minyak jelantah. Hasilnya disepakati kebutuhan perancangan label kemasan produk tersebut yang sesuai dengan konsep ramah lingkungan, identitas lokal terlihat, dan biaya produksi yang dapat dijangkau oleh Rumijo. Riset dilakukan dengan pencarian pustaka terkait desain kemasan, identitas Yogyakarta, dan sketsa visual. Proses produksi merupakan tahapan perancangan desain label kemasan dengan format digital. Hasil produksi dipresentasikan ke pihak Pigijo dan Rumijo.

Tujuan kegiatan ini adalah menghasilkan desain label kemasan untuk produk lilin aroma terapi berbahan minyak jelantah. Tahapan awal identifikasi dan merumuskan masalah menghasilkan butir-butir permasalahan seperti kesulitan UMKM saat pandemi, keinginan melestarikan

lingkungan dan pemberdayaan masyarakat sekitar, dan kebutuhan desain kemasan untuk produk UMKM. Proses diskuis dilakukan secara daring karena sedang ada pembatasan aktivitas di luar ruang oleh pemerintah. Butir ini sangat penting dalam proses desain.

Tahapan riset terbagi menjadi dua, yaitu riset literatur untuk mencari informasi desain kemasan yang baik, identitas visual Yogyakarta dan riset visualisasi dengan membuat sketsa rancangan sebanyak tiga alternatif. Ada unsur gambar, tulisan, bentuk merek yang dibuat pada sketsa. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 1, alternatif sketsa yang dipilih oleh pihak Rumijo adalah yang tengah atau kedua dan dikembangkan lagi. Tahapan akhir merupakan proses presentasi dan pengiriman hasil desain label kemasan kepada pihak Rumijo.

Gambar 1

Alternatif sketsa dari desain label kemasan Siji

Sumber: Penulis, 2022



Desain kemasan, pengembangan kemasan dengan konsep berkelanjutan (*sustainable*) terus dilakukan dengan bahan yang ramah lingkungan seperti plastik *biodegradable*, *cardboard* (Matra, 2021). Kemasan kertas juga didesain dengan konsep *green packaging* yang tidak menggunakan pulp secara berlebihan, memanfaatkan daur ulang, atau menggunakan unsur atau proses lain yang ramah lingkungan (Huang, 2017). Pemerintah Indonesia sudah mengeluarkan regulasi yang meminta industri bertanggung jawab pada limbah yang dihasilkan dari produknya dengan pengelolaan sampah, pengurangan sampah, dan pengelolaan sampah khusus (Kuo et al., 2021).

Cara membuat menarik desain kemasan yang sederhana terbuat dari plastik bening adalah membuat desain label yang menarik agar mempengaruhi minat beli konsumen (Hadi et al., 2021). Pelaku UMKM masih banyak menggunakan kemasan plastik bening karena harga yang murah, mudah didapat. Ada dua komponen utama yang dapat memotivasi orang untuk memilih produk Kemasan memanfaatkan cerita yang menarik dari merek dan berbicara ke konsumen, untuk mengubah produk yang tidak mencolok menjadi mudah diingat (Grip, 2013), Desain kemasan yang *sustainability* perlu menerapkan empat prinsip seperti efektifitas (sesuai dengan tujuan), penggunaan bahan (efisien penggunaan bahan energi dan air), material yang bisa didaur ulang (limbah minimal) dan aman (tidak beracun) (Lewis, 2012).

Pada desain kemasan makanan simbol pada front of package (FOP) sebagai bentuk peringatan yang menarik perhatian orang (Goodman et al., 2018). Visual kemasan makanan juga mempengaruhi persepsi orang terhadap kualitas produk makanan dan preferensi merek, jadi faktor desain kemasan seperti warna, huruf, logo grafik dan ukuran untuk membentuk persepsi positif

(S.T. Wang, 2013). Kekuatan kemasan yang sustainability mempengaruhi persepsi konsumen terhadap rasa dan kualitas, konsumen juga dipengaruhi desain grafik (Steenis et al., 2017)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penggalian data memberikan masukan pada perancangan desain label untuk tutup botol lilin dibuat dengan 3 alternatif. Salah satu dipilih dan dikembangkan dengan mengusung konsep alami, anggun, tumbuh dan indah. Strategi perancangan menggunakan *unique personality property* dengan mengedepankan flora khas Yogyakarta. Ukiran daun pokok yang lengkung, lemah gemulai dengan bentuk daun cembung dan cekung. Pada akhirnya daun ini sering tumbuh bunga yang mekar dengan indahnya. Bunga mekar melambangkan masa awal perkembangan menuju suatu kemajuan yang lebih tinggi. Label kemasan berdiameter 2 cm untuk setiap varian serta label untuk kemasan kotak luar. Skema warna yang digunakan cokelat muda # B89456, warna ini memberikan kesan nyaman, aman, tentram, dan ketenangan. Siji merupakan nama merek dari produk lilin aroma terapi minyak jelantah, menggunakan *typeface* Dancing Script berjenis script yang tipis dan variatif. Daun sebagai lambang yang memberikan kesan alami dan ramah lingkungan dengan maksud menunjukkan bahwa kita mencintai lingkungan dengan cara mencintai diri sendiri. Pihak mitra akhirnya memilih desain yang ada dibawah ini.

Gambar 2 merupakan desain kemasan untuk kotak luar dari produk lilin aromaterapi minyak jelantah. Posisi desain ini akan ditempel di atas kotak. Isi desain label kemasan berupa informasi logo Rumijo, merek produk Siji, keterangan produk, ikon yang menunjukkan produk ini ramah lingkungan, ukuran berat produk, dan alamat instagram Rumijo. Gambar 3 adalah desain label kemasan masing-masing lilin dengan berbagai varian. Ada varian cajuput, kefir lime, citronella, dan cloves. Posisi label ditempelkan di bagian atas produk. Huruf yang digunakan jenis handwriting.

Gambar 2

Desain Kemasan Kotak Luar

Sumber: Penulis, 2022



Gambar 3

Desain Label Satuan Varian Cajuput

Sumber: Penulis, 2022



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Desain label kemasan dari produk lilin aroma terapi berbahan minyak jelantah ini dibuat dengan unsur visual yang digunakan harus mampu berbicara sebagai produk yang ramah lingkungan, menarik, dan produk lokal Yogyakarta. Rumijo sangat berkesan dengan desain tersebut dan berharap dapat membantu meningkatkan nilai produk lilin tersebut.

Kegiatan PKM ini sangat bermanfaat bagi berbagai pihak. Tim DKV Untar mendapatkan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapat di kelas, mendapatkan portofolio dan menerapkan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Pigijo dan Rumijo sebagai mitra mendapatkan hasil perancangan label kemasan yang dapat digunakan dan bermanfaat untuk kegiatan promosinya. Kolaborasi ini diharapkan dapat membantu UMKM di Indonesia dan secara tidak langsung meningkatkan perekonomian rakyat.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Kami ucapkan terima kasih pada Pigijo dan Rumijo yang telah memberikan kesempatan kepada tim PKM DKV Untar membantu merancang desain label kemasan untuk produk lilin aroma terapi minyak jelantah. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Erick Sugiyanto yang telah membantu dalam proyek ini.

REFERENSI

- Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i1.692>
- Goodman, S., Vanderlee, L., Acton, R., Mahamad, S., & Hammond, D. (2018). The Impact of Front-of-Package Label Design on Consumer Understanding of Nutrient Amounts. In *Nutrients* (Vol. 10, Issue 11). <https://doi.org/10.3390/nu10111624>
- Grip. (2013). *Best Practices for Graphic Designers, Packaging An Essential Guide for Implementing Effective Package Design Solutions*. Rockport Publishers.
- Hadi, R., Wirawan, I. G. N., Wulandari, R., Ciptahadi, K. G. O., Kusuma, I. G. N. A., & Saryanti, I. G. A. D. (2021). Pemanfaatan Desain Label Kemasan sebagai Media Promosi Kastengel Buana Sari. *Madaniya*, 2(1), 29–35. <https://doi.org/10.53696/27214834.50>

- Huang, J. (2017). Sustainable development of green paper packaging. *Environment and Pollution*, 6(2), 1–7.
- Kuo, T.-C., Hsu, N.-Y., Wattimena, R., Hong, I.-H., Chao, C.-J., & Herlianto, J. (2021). Toward a circular economy: A system dynamic model of recycling framework for aseptic paper packaging waste in Indonesia. *Journal of Cleaner Production*, 301, 126901. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126901>
- Lensa44. (2021). *RUMIJO, Rumah Inspirasi Anti Sampah Ala Jogja*. <https://lensa44.com/rumijo-rumah-inspirasi-anti-sampah-ala-jogja/>
- Lewis, H. (2012). *Designing for Sustainability BT - Packaging for Sustainability* (K. Verghese, H. Lewis, & L. Fitzpatrick (eds.); pp. 41–106). Springer London. https://doi.org/10.1007/978-0-85729-988-8_2
- Matra, M. T. (2021). *Kemasan Berkelanjutan Bagi IKM*. https://e-klinikdesainmerekemas.kemenperin.go.id/web/article_detail/aeqVJqGR/kemasa-berkelanjutan-bagi-ikm
- S.T. Wang, E. (2013). The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 805–816. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2012-0113>
- Steenis, N. D., van Herpen, E., van der Lans, I. A., Ligthart, T. N., & van Trijp, H. C. M. (2017). Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations. *Journal of Cleaner Production*, 162, 286–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.036>