

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan tradisional/khas daerah adalah makanan dan minuman tertentu yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat dengan cita rasa yang khas yang diterima oleh masyarakat. Makanan khas daerah juga sebagai wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan potensi alam daerahnya. Pada dasarnya makanan daerah dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dari daerah tempat tinggal.

Rao merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat. Selain tempat wisata, Rao juga memiliki makanan khas oleh-oleh daerah yang mana salah satunya adalah olahan ikan sinhok. Olahan ikan sinhok merupakan makanan kering dan basah yang berbahan dasar ikan sinhok atau betutu.

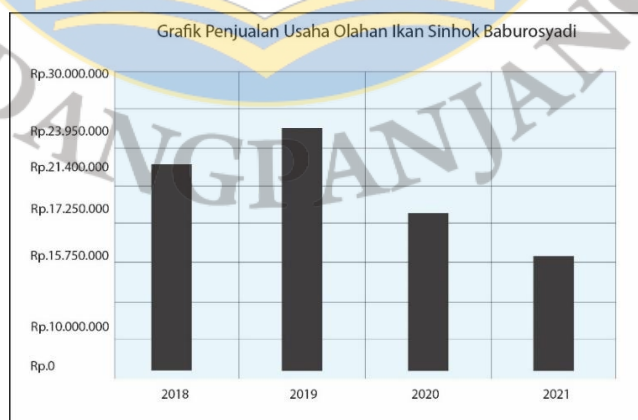
Ikan sinhok atau ikan betutu biasa dikenal sebagai gabus malas yang memiliki nama latin (*Oxyeleotris marmorata*), ikan betutu tersebut adalah ikan dengan jenis perairan air tawar. Ikan betutu ini disebut ikan sinhok oleh masyarakat daerah Rao. Ikan ini umumnya bertubuh kecil hingga sedang dengan kepala yang besar. Panjang maksimal tubuhnya sekitar 65 cm, namun umumnya hanya sekitar 20-40 cm. Tubuhnya berwarna merah bata pudar kecoklatan atau kehitaman, dengan pola-pola gelap simetris. Sementara di pangkal ekornya tak lagi ada bercak bulat (ocellus).

Ikan sinhok dijuluki ikan yang pemalas, karena sulit sekali diusir untuk berpindah tempat, karena jika di usir ikan ini akan tetap berada di tempatnya semula, oleh sebab itulah ikan ini disebut sebagai ikan malas. Ikan sinhok termasuk dalam hewan hidup nocturnal, dia akan aktif saat di malam hari, makanannya adalah udang, siput air dan juga kepiting yang berukuran kecil. Ikan ini memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh manusia, seperti mengobati luka bakar, luka pasca operasi, meningkatkan imun tubuh dan lainnya. Namun di daerah Rao sendiri ikan sinhok jarang dikonsumsi dan dianggap hama oleh masyarakat. Sehingga dari hal itu salah satu masyarakat sekitar berinovasi untuk mengolah ikan tersebut untuk dikelola menjadi kuliner.

Usaha olahan ikan sinhok “Baburosyadi” merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner jenis makanan ringan dan makanan oleh – oleh khas daerah. Usaha ini didirikan oleh ibu “Yetmawati” seorang ibu PKK di daerah Rao. Usaha Pengolahan Ikan (UPI) Baburosyadi beralamat di Jorong II Pasar Rao Nagari Taruang – Taruang, Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman. Usaha ini merupakan sebuah industri rumahan yang bergerak pada bidang kuliner oleh – oleh makanan khas yang berdiri pada tahun 2016. Usaha ini yaitu usaha yang mengolah ikan sinhok atau ikan betutu menjadi makanan basah dan kering seperti kerupuk, stick ikan , pilus ikan , dendeng ikan, jelly minyak ikan dan brownies ikan. Makanan ini mempunyai keunikan karena makanan ringan yang dicampur dengan ikan sinhok atau betutu.

Usaha olahan ikan sinhok Baburosyadi juga sudah terdaftar dan memiliki izin usaha dan label halal dari LP.POMMUI 13020018471018 pada tahun 2018, dan memiliki hak merek dengan nomor IDM000822682 pada tahun 2018. Serta usaha tersebut merupakan jenis usaha yang keberadaannya langsung di bawah naungan Dinas UMKM dan Dinas Kelautan dan Perikanan kabupaten Pasaman yang dipercayai sebagai salah satu produk rumahan yang dijadikan makanan oleh – oleh khas Rao Pasaman. Usaha olahan ikan sinhok Baburosyadi memproduksi makanan setiap 3 kali dalam seminggu atau sebanyak 100 kg dalam sebulan.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat diketahui bahwa olahan ikan sinhok Baburosyadi sangat berpotensi besar memberikan manfaat serta keuntungan untuk konsumen maupun produsen. Selain itu, olahan ikan sinhok bisa menjadi oleh – oleh daerah khas Rao. Tetapi jika ditinjau dari grafik penjualan 2 tahun kebelakang penjualan ikan sinhok Baburosyadi mengalami penurunan sebagai berikut :



Gambar 1.
Grafik penjualan
(Sumber :Yetmawati, 2021)

Hal itu dibenarkan juga dari hasil wawancara dengan owner usaha Baburosyadi Ibu Yetmawati menyatakan bahwa selama covid telah mengalami penurunan secara berkala dan lebih-lebih saat pandemi mengalami penurunan yang cukup besar.

Selain covid faktor penyebab penurunan penjualan bisa ditinjau dari berbagai segi antara lain desain kemasan dari olahan ikan sinhok tidak bisa menjangkau masyarakat lebih luas karena visual kurang menarik dan terkesan kuno jika dibandingkan perkembangan zaman yang serba digital.



Gambar 2.
Produk Olahan Ikan Sinhok
(Sumber : Yetmawati, 2020)

Seperti gambar diatas grafis kemasan olahan ikan sinhok belum memenuhi *prinsip desain* serta nilai estetis terlihat dari penggunaan *font* yang berbeda serta kurang tepat. Penggunaan warna yang dipilih terlalu banyak serta *layout* dari kemasan kurang tertata sehingga hirarki visual belum tepat. Maka pendekatan dari permasalahan tersebut solusi yang dianggap efektif oleh pengkarya yaitu penyajian rancangan ulang grafis kemasan.

Kemasan adalah wadah berupa hasil akhir proses mengemas untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Sedangkan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk , struktur , material, warna , citra, tipografi , dan elemen – elemen desain dengan informasi produk agar dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus , melindungi , mengirim, mengeluarkan , menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk,2006 : 33).

Maka dari itu penting “ Redesign Grafis Kemasan Olahan Ikan Sinhok Baburosyadi Sebagai Oleh – Oleh Khas Rao “ dengan memperhatikan penggunaan tipografi yang tepat, warna yang sesuai dan layout memperhatikan hirarki visual serta kesan estetis untuk menarik perhatian konsumen agar meningkatkan penjualan olahan ikan sinhok Baburosyadi sebagai oleh – oleh khas Rao.

B. Rumusan Masalah.

Bagaimana cara redesign grafis kemasan olahan ikan sinhok Baburosyadi dengan memperhatikan nilai hirarki visual serta kesan estetis agar meningkatkan penjualan olahan ikan sinhok Baburosyadi.

C. Tujuan Dan Manfaat Perancangan

1. Tujuan Penciptaan

- a. Merancang kembali grafis kemasan olahan ikan sinhok yang sesuai dengan hirarki visual serta memiliki nilai estetis agar menjangkau target pasar yang lebih luas.
- b. Memperkenalkan olahan ikan sinhok sebagai ciri khas oleh – oleh kecamatan Rao.
- c. Meningkatkan kualitas produk dan penjualan.
- d. Mampu bersaing dengan kompetitor yang serupa.
- e. Membantu UMKM daerah Pasaman dalam pengembangan.

2. Manfaat Penciptaan

a. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya Redesign Grafis Kemasan Olahan Ikan Sinhok Babubrosyadi sebagai oleh – oleh khas Rao ini diharapkan mahasiswa dapat menambah wawasan tentang redesign grafis kemasan yang efektif menggunakan elemen desain yang tepat dan mengembangkan ilmu – ilmu yang terkait dengan redesign grafis kemasan.

b. Bagi Institusi

Redesign grafis kemasan olahan ikan sinhok sebagai oleh – oleh khas Rao ini bisa menjadi referensi dan inventaris akademik dalam pertimbangan pembuatan redesign grafis kemasan.

c. Bagi Masyarakat

1. Menambah wawasan masyarakat luas tentang keunikan dan manfaat ikan sinhok.

2. Menambah wawasan masyarakat tentang ciri khas oleh – oleh Kecamatan Rao.
3. Memberi referensi kepada masyarakat tentang salah satu wisata kuliner yang ada Pasaman.

D. Tinjauan Perancangan.

“Orisinalitas ataupun keaslian suatu karya bertujuan sebagai pembanding karya yang diciptakan dengan karya yang telah ada, menemukan perbedaan serta nilai kebaruan dalam karya yang ingin diciptakan” Sachary. Maka referensi perbandingan karya sebagai berikut:

1. Mochi Ria SW x Omija Cafe



Gambar 3.
Produk mochi Ria SW x Omija Cafe
(Sumber :Youtube Ria SW, 2022)

Produk ini merupakan street food mochi yang dibuat oleh Ria SW berkolaborasi dengan Omija Cafe. Desain yang digunakan pada kemasan ini dengan konsep colorfull dan karakter yang lucu.

Kemasan yang digunakan higienis dan praktis serta estetik. Kemasan mochi memiliki cerita saat dibuka dengan cara menarik kemasannya.

Urutan memakan mochi berdasarkan kemasan, yang pertama rasa nenas asam berarti kehidupan yang kita jalani kadang terasa asam, rasa kedua strawberry memiliki makna asam manis kehidupan, rasa ketiga matcha yang sedikit pahit menandakan kehidupan yang kadang terasa pahit, kemudian coklat diletakkan paling terakhir sebagai imbalan telah melewati pahit asam kehidupan barulah menikmati manis dari perjuangan. Kemasan ini dijadikan acuan dalam redesign kemasan brownies ikan sinhok. Persamaan dalam desain ini, sama – sama menggunakan karakter dan bentuk kemasan yang simple juga praktis. Perbedaan dari kemasan ini yaitu karakter dan desain yang akan digarap.

2. Keripik Jamur Mushome



Gambar 4.
Produk Jamur Mushome
(Sumber :Instagram Mushome, 2022)

Keripik jamur mushome merupakan makanan ringan yang diproduksi oleh mushome. Desain yang digunakan pada kemasan ini menggunakan konsep karakter, dekoratif, dan natural. Konsep tersebut terlihat dari ilustrasi jamur dan daun yang digunakan. penekanan tagline bisa dijadikan referensi dalam perancangan nantinya. Kemasan ini menggunakan bahan LPDE aluminium foil yang kedap air dan kedap udara. Kemasan ini dijadikan acuan dalam redesign kemasan kerupuk ikan sinhok. Perbedaan dengan desain kemasan ini , terletak pada ilustrasi, dekoratif dan tagline yang akan digarap.

3. Paper Bag Food Lover



Gambar 5.
Paper Bag food lover
(Sumber :Instagram kantong food grade, 2022)

Food lover merupakan usaha yang mengolah makanan junkfood. Desain yang digunakan pada kemasan paper bag ini menggunakan konsep karakter dan dekoratif yang mewakili junkfood. Konsep tersebut terlihat dari ilustrasi Kemasan ini dijadikan acuan dalam redesign kemasan paper bag yang akan . Perbedaan dengan desain kemasan ini , terletak pada ilustrasi dan dekoratif yang akan digarap.

E. Landasan Teori

1. Kemasan

Kemasan adalah wadah berupa hasil akhir proses mengemas untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Sedangkan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk , struktur , material, warna , citra, tipografi , dan elemen – elemen desain dengan informasi produk agar dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus , melindungi , mengirim, mengeluarkan , menyimpan , mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk,2006 : 33).

a. Tujuan Desain kemasan

Umumnya, tujuan desain kemasan adalah sebagai berikut :

- 1) Menampilkan atribut unik sebuah produk
- 2) Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
- 3) Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk
- 4) Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
- 5) Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori
- 6) Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan , atau meningkatkan fungsionalitas.

b. Desain kemasan mendorong kesuksesan pemasaran ketika :

- 1) Desain kemasan itu merefleksikan kualitas yang bagus dengan harga yang wajar
- 2) Isi produk dan pesan pemasaran ditampilkan dengan jelas dan langsung
- 3) Desain kemasan tahan lama selama di penyimpanan, pemajangan maupun penggunaan produk
- 4) Elemen – elemennya teratur dan efektif , dan tidak tampak kotor atau usang di rak.
- 5) Desain kemasan sesuai dengan kategori
- 6) Desain kemasan inovatif dan kompetitif

2. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang dapat digunakan sebagai penyampai pesan atau informasi yang ditujukan untuk audiens. Bentuk komunikasi visual tersebut adalah gabungan dari beberapa elemen visual yang menciptakan representasi ide yang kreatif.

a. Elemen Desain

1) Garis

Garis mempunyai arahan dan kualitas. Garis dapat berbentuk lurus dan melingkar. Sebuah garis dapat menuntun mata yang melihatnya menuju suatu arah. Garis mempunyai banyak peran dalam komposisi dan komunikasi.

Garis Lurus

Garis Lengkung

Garis Majemuk



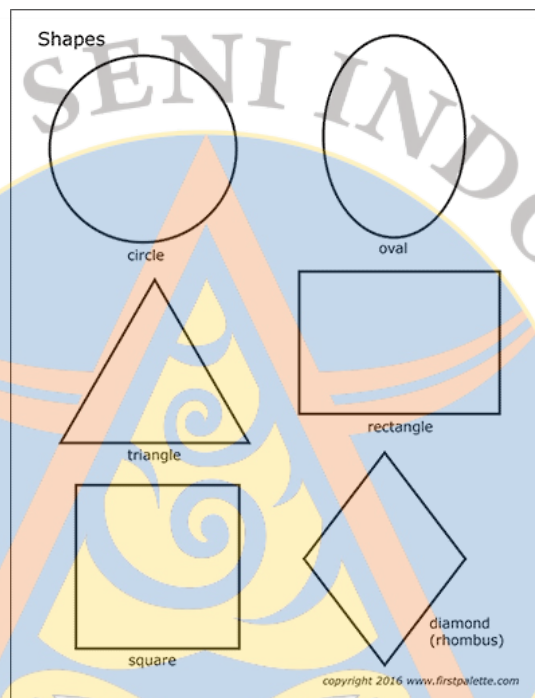
Gambar 6.

Garis

(<https://www.sangdes.com/2015/02/unsur-unsur-desain-komunikasi-visual.html>)

2) Bentuk

Area yang digambarkan pada permukaan dua dimensi yang dibuat sebagian atau seluruhnya oleh garis. Sebuah bentuk pada dasarnya mempunyai dua dimensi yang dapat diukur dengan tinggi dan lebar.



Gambar 7.
Bentuk

(<https://www.firstpalette.com/printable/shapes-basic.html>)

3) Warna

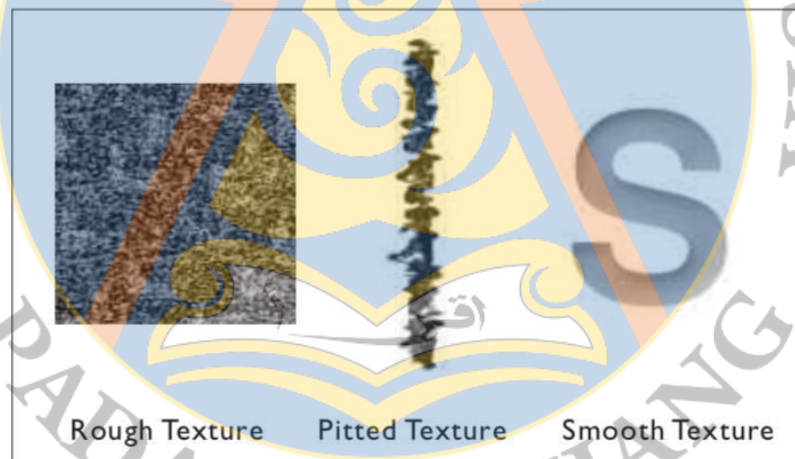
Warna merupakan elemen desain yang kuat. Dengan cahaya kita dapat melihat warna. Warna-warna yang kita lihat pada permukaan benda merupakan cahaya yang dipantulkan atau warna yang dipantulkan. Cahaya yang dipantulkan tersebutlah yang kita lihat sebagai warna. Reflektif dari warna bisa disebut juga dengan warna subtraktif.



Gambar 8.
Warna

(<https://www.sangdes.com/2015/02/unsur-unsur-desain-komunikasi-visual.html>)

4) Tekstur



Gambar 9.
Tekstur

(<https://www.sangdes.com/2015/02/unsur-unsur-desain-komunikasi-visual.html>)

Tekstur adalah representasi dari sebuah permukaan. Tekstur dibagi dua kategori yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil dapat disentuh secara fisik, sedangkan tekstur visual adalah tekstur dari sebuah ilusi dari tekstur nyata

5) Hirarki visual

Hirarki visual adalah kekuatan untuk mengatur informasi. Pengaturan elemen visual yang sesuai dengan kepentingan yaitu membuat beberapa elemen yang lebih dominan dari elemen yang lainnya

3. Warna

Warna merupakan cahaya yang dipantulkan oleh elektronik magnetik sehingga terjadinya biasan cahaya (Rustan:2019:14). Maksudnya sebuah cahaya yang dipantulkan karena adanya pertemuan beberapa unsur sehingga menghasilkan cahaya yang berbeda. Terdapat fungsi yang mendasar warna dalam kehidupan yaitu untuk menandakan sesuatu hal sehingga kita paham fungsi, maksud dan peruntukan objek tersebut.

Terdapat fisiologi dan psikologi warna. Fisiologi warna mempelajari interaksi warna dengan tubuh fisik manusia / makhluk hidup. Seangkan psikologi mempelajari interaksi warna dengan persepsi, emosi, mood/suasana hati, dan perilaku (Rustan:2019:40).

Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Molly E. Holzschlag, seorang pakar warna, dalam tulisannya “*Creating Color Scheme*” membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika

memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

- a. Merah : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
- b. Biru : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
- c. Hijau : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan dan pembaruan.
- d. Kuning : Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
- e. Ungu : Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
- f. Orange : energi, keseimbangan, kehangatan.
- g. Coklat : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
- h. Abu – abu : intelektual, futuristik, modis, kesenduan, merusak
- i. Putih : kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian
- j. Hitam : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan.

Meskipun psikologi warna berperan dan menentukan bagaimana seseorang melihat, perlu diingat bahwa tidak ada warna yang salah untuk dipergunakan. Keberhasilan skema warna tergantung pada harmoni yang ada di antara warna yang dipilih.

1. Tipografi

Menurut kutipan dari buku "Tipografi dalam Desain Grafis", (Danton Sihombing. MFA), tipografi bukan lagi merupakan pelengkap suatu statement visual, tetapi sudah menjadi sajian utama komunikasi grafis yang berbentuk buku, katalog, atau brosur. Baik sebagai pelengkap suatu bentuk komunikasi visual, maupun sebagai unsur utama, huruf memainkan peranan sangat penting dalam keberhasilan suatu bentuk seni komunikasi grafis. Tipografi bisa saja menjadi inti gagasan suatu komunikasi grafika dan menjadi satu-satunya "visualisasi" yang efektif. Kekeliruan atau ketidakpekaan dalam tipografi bisa merusak hasil komunikasi grafis, walaupun bentuk visualisasi lainnya telah dibuat dengan prima.

Tipografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif tidaknya sebuah rancangan, tergantung pada tipografi yang ada didalamnya. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memudahkan masyarakat memperoleh dan menangkap informasi yang disampaikan. Juga dapat memudahkan masyarakat mengidentifikasi maksud dari mascot yang di rancang. Untuk mendapatkan hasil efektif dari huruf, maka harus dipertimbangkan tingkat keterbacaannya (legibility).

Legibility merupakan kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung pada

tampilan bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam suatu naskah (Sihombing, 2003:58).

Teori yang dikutip dari buku Mendesain Logo juga dikatakan Legibility berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan huruf/karakter. Readability berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang readable berarti keseluruhan mudah dibaca. (Suriyanto Rustan, 2011 : 74-75).

Dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai ‘visual language’, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang, komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakaian yang kita kenakan, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif.

4. Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan

artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini.S:2014:74).

Secara umum layout bisa dikatakan sebuah tata letak ruang atau bidang layout menjadi salah satu hal yang utama didalam sebuah desain. Karena dari tatanan elemn yang kita pakai akan menghasilkan sebuah presepsi dan pandangan akan makna yang akan kita sampaikan. Selain dari segi tatanan elemen layout juga menjadi daya tarik karena memperhatikan tampilan secara estetik akan kepantasan desain yang kita ciptakan. Dalam penerapannya ada beberapa aturan yang harus dilengkapi sehingga layout yang kita susun memenuhi standar minum didunia industri desain. Terdapat 4 prinsip yang harus dipenuhi di dalam perancangan layout sehingga komposisi setiap elemen sesuai dengan aturan yang berlaku.

Sequance yaitu urutan perhatian dalam layout atau aliran pandangan mata ketika melihat layout. Maka susunan layout harus mampu diatur sesuai prioritas sehingga keterbacaan benar-benar sampai pada audiens. Emphasis yaitu penekanan pada bagian-bagian tertentu layout yang bertujuan agar pembaca lebih terarah pada bagian-bagian informasi yang penting. Keseimbangan (balance) merupakan tekhnik mengatur keseimbangan terhadap elemn layout. Unity yaitu menciptakan kesatuan pada desain keseluruhan. Semua elemen yang dihadirkan dalam desain harus berkaitan dan saling menjelaskan satu dengan yang lainnya.

5. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Ilustrasi mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah penggabungan ekspresi personal dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari ilustrasi adalah pemikiran; ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar. Menghidupkan atau memberi bentuk visual dari sebuah tulisan adalah peran dari ilustrator. Mengombinasikan pemikiran analitik dan skill kemampuan praktis untuk membuat sebuah bentuk visual yang mempunyai pesan. (Joneta:2012:660).

Jejak awal ilustrasi bisa terlihat dari catatan visual di gua, manuskrip abad pertengahan sampai buku-buku dan koran di abad ke 15-18 dengan menggunakan teknik cukil kayu, cetak tinggi, etsa dan litografi. Ilustrasi mengalami masa keemasan saat masa revolusi industri sekitar tahun 1890-1920, dimana penemuan mesin cetak membuat media cetak menjadi media komunikasi utama saat itu. Tahun 1920-1950 dunia ilustrasi mengalami kemunduran dengan berkembangnya teknologi fotografi. Pada akhir tahun 1990 menuju

tahun 2000 dunia ilustrasi kembali menjadi populer di dunia desain dan seni rupa. Ilustrator menemukan peran baru di dunia new media dan animasi. Ilustrator independen yang memiliki ciri khas menjadi seperti selebriti di dunia seni rupa dan desain. Banyak ilustrator tersebut bekerjasama dengan industri menghasilkan produk-produk yang eksklusif. (Joneta:2012:661).

Berikut merupakan jenis-jenis ilustrasi:

a. Gambar Ilustrasi Naturalis

Gambar ilustrasi naturalis merupakan gambar ilustrasi yang mempunyai bentuk dan warna yang sama dengan wujud nyata yang ada pada alam tanpa terdapat pengurangan ataupun penambahan.

b. Gambar Ilustrasi Dekoratif

Gambar ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang fungsinya untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebihkan dengan gaya tertentu.

c. Gambar Kartun

Gambar kartun merupakan gambar yang mempunyai bentuk lucu ataupun mempunyai ciri khas tertentu. Seringkali gambar kartun lebih banyak menghiasi majalah anak-anak, komik dan juga cerita bergambar.

d. Gambar Karikatur

Gambar karikatur merupakan gambar kritikan atau sindiran yang dalam perwujudannya sudah terjadi penyimpanan proporsi tubuh.

Gambar ini bisa ditemukan di majalah atau koran.

6. Ikan Sinhok (Ikan Betutu)

Ikan sinhok atau ikan betutu biasa dikenal sebagai gabus malas yang memiliki nama latin (*Oxyeleotris marmorata*), ikan betutu tersebut adalah ikan dengan jenis perairan air tawar. Ikan betutu ini disebut ikan sinhok oleh masyarakat daerah Rao. Ikan ini umumnya bertubuh kecil hingga sedang dengan kepala yang besar. Panjang maksimal tubuhnya sekitar 65 cm, namun umumnya hanya sekitar 20-40 cm. Tubuhnya berwarna merah bata pudar kecoklatan atau kehitaman, dengan pola-pola gelap simetris. Sementara di pangkal ekornya tak lagi ada bercak bulat (ocellus).

Ikan sinhok dijuluki ikan yang pemalas, karena sulit sekali diusir untuk berpindah tempat, karena jika di usir ikan ini akan tetap berada di tempatnya semula, oleh sebab itulah ikan ini disebut sebagai ikan malas. Ikan sinhok termasuk dalam hewan hidup nocturnal, dia akan aktif saat di malam hari, makanannya adalah udang, siput air dan juga kepiting yang berukuran kecil.



Gambar 10.

Ikan Sinhok

(Sumber : Manfaat Ikan Betutu Bagi Kesehatan .Bertani.co.id.2022)

Ikan sinhok memiliki manfaat yang tidak sedikit, berikut ini berbagai macam manfaat yang bisa didapatkan dari memakan ikan sinhok :

a. Mengobati Autis

Berbagai vitamin yang ada pada daging ikan betutu, sangat dipercaya sebagai terapi untuk anak autis. Oleh sebab itulah anak autis yang mengkonsumsi daging ikan sinhok dapat menyebabkan anak yang menderita autis, lebih peka dan lebih berkembang dibandingkan kondisi sebelumnya.

b. Mengobati Penyakit Hepatitis

Salah satu khasiat albumin adalah untuk kesehatan dan mampu mengobati penyakit hepatitis, hepatitis bisa disebabkan oleh hati yang tidak bisa memproduksi albumin yang bermanfaat untuk kesehatan hati. Oleh sebab itulah ketika kita mengkonsumsi daging ikan betutu dapat bermanfaat untuk memperbaiki kinerja hati dalam memproduksi albumin. Jika albumin bisa diproduksi kembali, hepatitis pun bisa disembuhkan dan kembali sehat.

c. Meningkatkan Kadar Albumin di Dalam Tubuh

Albumin adalah protein yang diproduksi oleh hati, kekurangan kadar albumin bisa membuat seseorang mudah terkena infeksi hepatitis. Bagi orang yang memiliki kadar albumin yang rendah, sangat dikhawatirkan kalian bisa terinfeksi dengan berbagai macam penyakit hati misalnya liver, hepatitis bahkan sirosis hati. Dengan mengonsumsi albumin yang ada di dalam ikan betutu, dipercaya bisa meningkatkan kadar albumin di dalam tubuh seseorang.

d. Mengobati Gangguan Sintesis Albumin

Penyakit tersebut sedikit asing di telinga kita, itu dikarenakan sedikit sekali orang yang mengidap penyakit ini. Penyakit ini akan membuat sistem imun penderitanya menjadi rendah sehingga penderita akan mudah terkena berbagai macam penyakit. Mengonsumsi ikan betutu secara rutin dipercaya dapat mengobati penyakit sintesis tersebut.

e. Penyembuhan Luka Bakar

Saat terjadi luka bakar, ada sejumlah sel yang rusak karena terbakar, kandungan albumin yang ada dalam ikan betutu bisa memulihkan sel-sel yang rusak akibat luka bakar. Jika sel rusak itu bisa dipulihkan maka penyembuhan akibat luka bakar pun akan semakin cepat berkat kandungan albumin tersebut.

f. Menghaluskan Kulit

Ikan betutu ternyata juga mampu dengan baik untuk menjaga kelembaban kulit kita, bahkan mempertahankan kesehatan kulit agar tetap baik dan normal. Karena ikan sinhoj memiliki kandungan Vitamin E yang terdapat pada dagingnya

g. Meningkatkan Sistem Imun

Manfaat albumin yang lainnya adalah untuk meningkatkan sistem imun didalam tubuh, jika sistem imun meningkat, tubuh akan kebal terhadap berbagai macam penyakit yang dapat masuk ke dalam tubuh.

h. Membuat Awet Muda

Orang yang sering dan juga hobi memakan ikan - ikanan memang sangat berkhasiat tinggi, salah satu manfaat dari mengkonsumsi ikan, yakni untuk menjaga keindahan dan kehalusan kulit kita. Hal ini sangat baik untuk menjaga diri kita jauh dari kata penuaan.

7. Olahan Ikan Sinhok Baburosyadi.

Usaha olahan ikan sinhok “Baburosyadi” merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner jenis makanan ringan dan

makanan oleh – oleh khas daerah. Usaha ini didirikan oleh ibu “Yetmawati” seorang ibu PKK di daerah Rao. Usaha Pengolahan Ikan (UPI) Baburosyadi beralamat di Jorong II Pasar Rao Nagari Taruang – Taruang, Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman. Usaha ini merupakan sebuah industri rumahan yang bergerak pada bidang kuliner oleh – oleh makanan khas yang berdiri pada tahun 2016.

Usaha ini yaitu usaha yang mengolah ikan sinhok atau ikan betutu menjadi makanan basah dan kering seperti kerupuk, stick ikan , pilus ikan , dendeng ikan, jelly minyak ikan dan brownies ikan. Makanan ini mempunyai keunikan karena makanan ringan yang dicampur dengan ikan sinhok atau betutu. Usaha olahan ikan sinhok Baburosyadi memproduksi makanan setiap 3 kali dalam seminggu atau sebanyak 100 kg dalam sebulan. Olahan ikan sinhok Baburosyadi juga sudah terdaftar dan memiliki izin usaha dan label halal dari LP.POMMUI 13020018471018 pada tahun 2018,dan memiliki hak merek dengan nomor IDM000822682 pada tahun 2018.



Gambar 11.
Rumah Produksi Tampak Depan
(Sumber :Yetmawati, 2022)



Gambar 12.
Tempat Produksi
(Dokumentasi : Jeni Arianti, 2022)



Gambar 13.
Sertifikat Merk
(Sumber :Yetmawati, 2018)

Produk olahan ikan **sinhok** sebagai berikut :

a. Kerupuk Ikan Sinhok

Kerupuk ikan sinhok merupakan sejenis kerupuk yang berbahan baku campuran daging ikan sinhok. kerupuk ini dijual dengan harga 15 ribu/pcs dengan kemasan 150 gr.



Gambar 14.
Kerupuk Ikan Sinhok
(Dokumentasi : Jeni Arianti, 2022)

Cara pembuatan kerupuk ikan sinhok dengan langkah – langkah sebagai berikut :

Bahan :

- 1) Daging lumat ikan 500 gram
- 2) Garam 15 gram
- 3) Gula Halus 5 gram
- 4) Bawang Putih 25 gram
- 5) Lada bubuk 5 gram

- 6) Baking Powder 5 gram
- 7) Tepung Tapioka 150 gram

Alat :

- 1) Kompor
- 2) Blender
- 3) Sendok

- 4) Wadah baskom
- 5) Pisau
- 6) timbangan

Cara pembuatan :

- 1) Daging ikan dihaluskan menggunakan penggilingan daging sehingga membentuk daging lumat dengan tekstur lembut
- 2) Tambahkan garam ke dalam adonan daging lumat sambil diaduk dengan rata sehingga kental.
- 3) Masukkan bawang putih, lada, baking powder sambil diaduk sampai bumbu merata
- 4) Tambahkan sedikit demi sedikit tepung tapioka kedalam adonan sampai rata dan tambahkan air es agar suhu daging tetap rendah
- 5) Bentuk daging lumat seperti lenjeran kerupuk dan kukus selama 20 menit.
- 6) Diamkan adonan kerupuk yang sudah dikukus dalam pendingin selama semalam

- 7) Iris tipis tipis adonan kerupuk kemudian jemur sampai kering.
- 8) Setelah kering , goreng potongan kerupuk dengan api yang sedang.
- 9) Kerupuk siap dikemas.

F. Metode penciptaan.

1. Persiapan

Sebelum dilakukan proses redesign grafis kemasan ini, hal utama yang dilakukan ialah mencari dan mengumpulkan data. Metode yang digunakan ini bertujuan untuk memperkuat argumen dan referensi dalam membuat sebuah karya (Deddy. 2010 :95-97), ada beberapa metode pengumpulan data yang dikemukakannya dalam sebuah buku *Motodologi Penelitian Kualitatif*. Metode ini yaitu sebagai berikut :

a) Metode Pengumpulan Data.

a. Observasi

Pada tahapan ini perancang melakukan observasi langsung pada tempat produksi usaha olahan ikan sinhok. Pada saat berada di rumah produksi, perancang mengamati tempat produksi, tata cara produksi dan tata cara pemilik usaha dalam menjalankan usahanya. Pada observasi ini perancang mengumpulkan data dengan akurat dan lengkap. Data yang didapatkan berupa informasi wawancara dan data dokumentasi seperti foto.



Gambar 15.
Tempat Produksi Olahan Ikan Sinhok
(Dokumentasi : Jeni Arianti, 2022)

b. Wawancara

Dalam hal ini perancang melakukan wawancara dengan cara bertanya langsung kepada pendiri sekaligus pemilik Usaha Oleh – oleh “Baburosyadi”. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data tentang Usaha Olahan Ikan Sinhok dan apa saja masalah atau kendala yang didapatkan dalam usaha. Sebelum wawancara dilakukan, pengkarya mempersiapkan beberapa peralatan dan pertanyaan untuk penunjang keberlangsungan wawancara.



Gambar 16.
Proses Wawancara Dengan Ibu Yetmawati
(Dokumentasi : Reva Arianti, 2021)



Gambar 17.
Setelah Wawancara Dengan Ibu Yetmawati
(Dokumentasi : NusAsyifa, 2022)

c. Studi Pustaka.

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media ini meliputi : buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar dan internet. Dokumen-dokumen dari berbagai media akan mendapat berbagai data yang diperlukan, tentunya media-media tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kebenaran datanya, (Deddy:2010:195).

b) Metode Analisis Data.

Setelah melakukan metode pengumpulan data, maka diperlukan analisis yang mempengaruhi proses perancangan. Metode analisis yang digunakan pada perancangan ini adalah menggunakan metode analisis SWOT dan AIDA.

1. Analisis Target Audiens

Agar pembahasan dalam perancangan ini tidak meluas dan agar tidak mengurangi tujuan yang ingin dicapai , maka perlu adanya batasan ruang lingkup di dalam perancangan Redesign Grafis Kemasan Usaha Baburosyadi .

a) Geografis

Dalam redesign grafis kemasan olahan ikan sinhok Baburosyadi ini, geografis yang akan perancang tuju terutama daerah Pasaman tidak menutup kemungkinan menyasar audiens seluruh Indonesia.

b) Demografis

Ditinjau dari sisi demografis, redesign grafis kemasan ini ditujukan kepada jenis kelamin laki – laki dan perempuan dengan kisaran umur 25 tahun dengan pendidikan SMA, pekerjaan karyawan.

c) Psikografis

Secara psikografis, target audiens yang dituju adalah wisatawan penyuka kuliner dan peduli kesehatan dengan strata sosial kalangan menengah keatas yang suka update social media.

2. Analisis SWOT

a. Strength (Kekuatan)

- 1) Olahan ikan sinhok Baburosyadi memiliki daya tarik sendiri karena memiliki keunikan yaitu olahan yang berbahan ikan sinhok dan makanan ini berbeda dari produk lain.
- 2) Usaha olahan ikan sinhok ini telah mendapatkan hak merek dan label halal.
- 3) Usaha olahan ikan sinhok ini hanya satu – satunya yang memproduksi makanan yang berbahan ikan sinhok (betutu) di Sumatera Barat.
- 4) Olahan ikan sinhok ini mempunyai banyak manfaat bagi tubuh manusia.

b. Weakness (Kelemahan)

Masih banyak di dalam dan luar daerah Sumatera Barat yang belum mengetahui produk olahan ikan sinhok.

c. Opportunity (Peluang)

1) Tempat produksi olahan ikan sinhok Baburosyadi terletak di jalan lintas Sumatera yang biasanya dijadikan tempat istirahat bagi yang bepergian jauh berpeluang dikenal oleh orang luar daerah.

2) Mendapatkan dukungan oleh pemerintah dan dinas UMKM dapat menambah kepercayaan dari masyarakat bahwa olahan ikan sinhok layak untuk dikonsumsi.

d. Threat (Ancaman)

Sulitnya bersaing dengan kompetitor di era digital saat ini.

3. Analisis AIDA

AIDA adalah proses dari pengambilan keputusan yang terdiri dari perhatian (Attention), ketertarikan (interest), keinginan (desire), dan yang terakhir adalah tindakan (action).

a. Attention (Perhatian)

Penggarapan grafis kemasan ini menggunakan tema yang sesuai dengan keunikan dan citra rasa dari produk olahan ikan sinhok yang mana akan menarik perhatian audiens sehingga akan mengajak audiens untuk mencoba produk olahan ikan sinhok.

b. Interest (Ketertarikan)

Penggarapan grafis kemasan ini menggunakan tema yang sesuai dengan keunikan dan rasa olahan ikan sinhok dengan menggunakan ilustrasi foto dan atribut yang membuat konsumen menjadi tertarik ingin mencoba olahan ikan sinhok.

c. Desire (Keinginan)

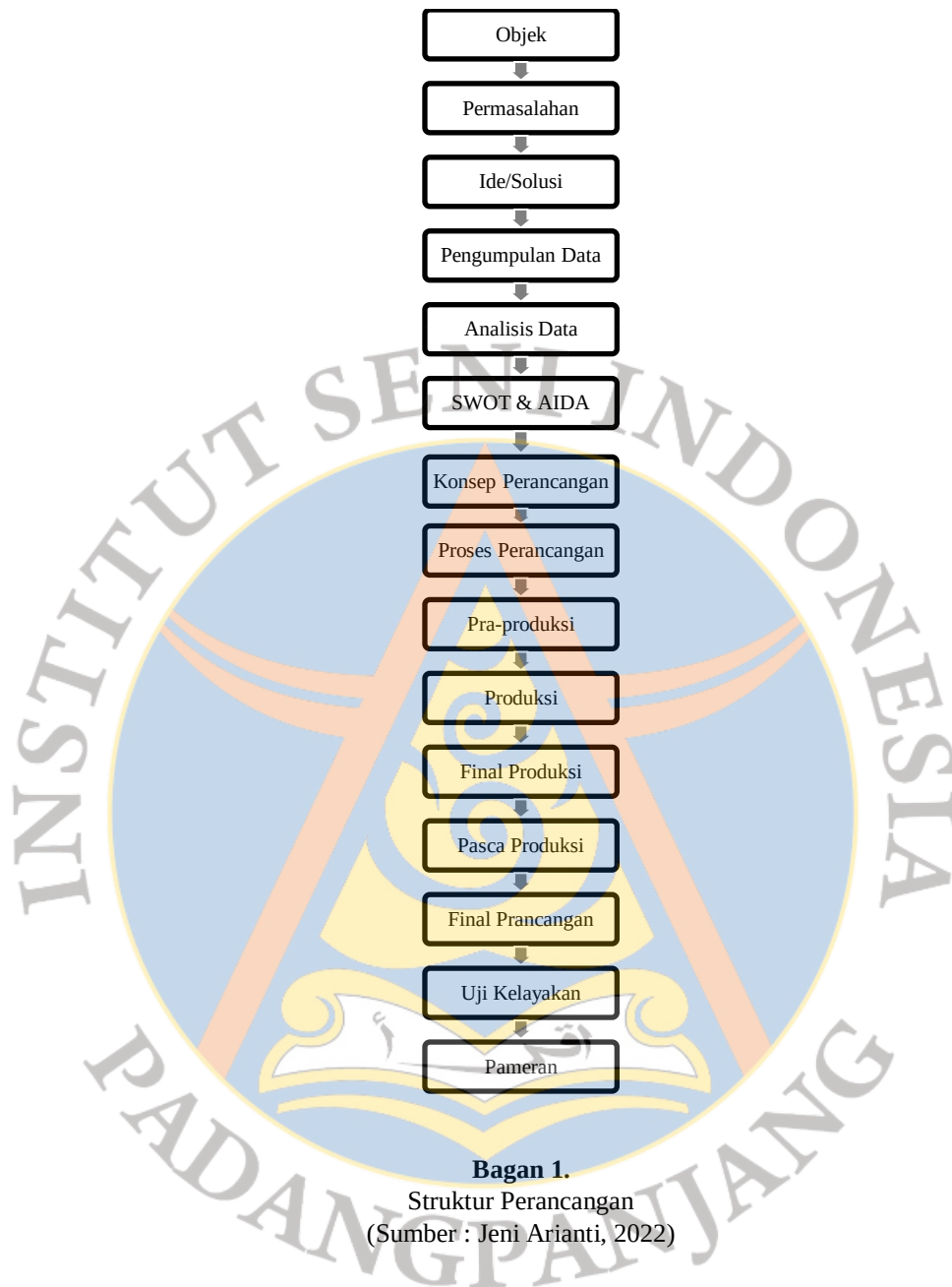
Setelah adanya ketertarikan, pengkarya akan mengajak audiens agar memiliki keinginan untuk mencoba dan membeli produk olahan ikan sinhok dengan cara merancang grafis kemasan yang menarik dan berkualitas.

d. Action (Tindakan)

Perancangan kemasan ini menggunakan konsep yang menggambarkan keunikan dan rasa dari produk olahan ikan sinhok dengan menggunakan ilustrasi foto dan berbagai atribut yang akan menggugah selera sehingga menimbulkan respon positif dan ketertarikan juga tindakan dari audiens yang berkeinginan untuk mencoba produk olahan ikan sinhok.

2. Perancangan

Struktur perancangan merupakan alur dalam proses berkarya. Struktur perancangan di mulai dari masalah yang ada, sampai kepada eksekusi desain.



3. Perwujudan

Bauran Media adalah media yang digunakan sebagai solusi untuk menyampaikan informasi tentang produk olahan ikan sinhok. Bauran media harus mampu mencakup hal yang terpenting dalam redesign sebuah media komunikasi visual. Dalam redesign grafis kemasan

diperlukan strategi media agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Strategi media tersebut diwujudkan dalam bentuk :

a) Kemasan

Kemasan yang dirancang sebagai media utama sebagai solusi dari permasalahan menurunnya penjualan olahan ikan sinhok. Adapun kemasan yang dirancang antara lain grafis kemasan kerupuk ikan sinhok. Kemasan yang dibuat untuk memberikan informasi tentang produk baik berupa manfaat atau produksi dari produk.

b) Pop Display Produk

Media yang digunakan untuk meletakkan dan menyusun standing pouch atau media utama pada display took atau swalayan. POP display juga digunakan sebagai point interest atau pusat perhatian saat penjualan produk.

c) X banner

Media cetak dengan ukuran 60 x 160 cm berisi tentang informasi produk dari olahan ikan sinhok.

d) Poster

Poster dibuat bertujuan untuk memberikan informasi pada *audiens* di tempat-tempat tertentu. Dimana poster ini akan ditempatkan pada beberapa lokasi sebagai informasi tentang produk dan manfaat ikan sinhok.

e) Merchandise

Perancangan merchandise menjadi buah tangan untuk setiap pengunjung maupun konsumen yang mana ini bisa dibawa dan bisa dijadikan sebagai identitas penggerak.

4. Penyajian Karya

Bentuk perwujudan penyajian redesign kemasan olahan ikan sinhok Baburosyadi adalah Pameran. Pada pameran ini menampilkan hasil dari penciptaan karya dengan menampilkan hasil bauran media. Bauran media ditampilkan selama pameran berlangsung yaitu berupa Kemasan jenis glossy dengan ukuran 14 x 23, POP Display jenis kardus ukuran 30 x 40 x 30, Poster akan dicetak dengan ukuran A2, Merchandise, x - banner ukuran 60 x 160, Manualbook, dan media pajang yang ditata sedemikian rupa sehingga terlihat jelas dan rapi saat pameran berlangsung.