

PELATIHAN DESAIN KEMASAN & PEMOTRETAN PRODUK UNGGULAN KAMPOENG KAJOETANGAN HERITAGE KOTA MALANG

Oleh:

Bunyamin¹⁾, St Munfaqiroh, Dwi N A, Nunung N U, Kadarusman, Imama Z, Setyawan,
Ali L, Triana M, Fera Tj, Sugeng H, Nanang P.

¹STIE Malangucecwara Malang
email: dwinita@stie-mce.ac.id

Abstract

The purpose of this training is to provide insight into new packaging designs and forms that make products more valuable while providing skills for basic product photo mastery so that they can make product photos that can showcase the advantages of their products.

In this service, the methods used are lectures, discussions, and questions and answers about packaging design and product photography, training, starting with an introduction to the tools, materials, and media used as well as making product designs and photographing products, as well as by counseling and practice in packaging design and product photography.

This activity is very useful in providing knowledge and practice in designing packaging and taking pictures of products as an effort to make consumers more interested in consuming the products of business actors in Kampong Kajoetangan, so that they are able to market their products online by displaying product photos that attract consumers to buy their products.

Keywords : Training – packaging design – product shooting.

1. PENDAHULUAN

Pengembangan Kampung Kajo Tangan (KJT) yang akan menjadi kampoeng Heritage harus serius ditangani dan dikelola dengan baik, karena KJT dapat memberikan dampak ekonomi dan social bagi masyarakat khususnya dan kota Malang pada umumnya. Pengeloan produk unggulan pelaku usaha kampoeng kajoetangan memerlukan sentuhan marketing dari sisi desain kemasan dan potret produk mereka, agar meningkatkan nilai jual dan menarik bagi konsumen.

Salah satu faktor penting pada sebuah produk adalah kemasan. Kemasan seringkali disebut sebagai “the silent sales-man/girl” karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli.

Para pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai pesona produk, sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata tetapi juga untuk memikat pemakaian. Proses komersialisasi lain yang tidak kalah penting dan paling

mudah adalah melalui visual (gambar/foto) dengan bantuan sosial media, para pelaku usaha dapat dengan mudah mengkomersialisasikan produk mereka. Belajar untuk membuat foto produk yang baik akan dapat membuat para konsumen mudah untuk mengidentifikasi produk kerajinan mereka tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha.

Mengacu pada analisa situasi dan diskusi dengan mitra, dimana produk mereka menghadapi permasalahan antara lain:

1. Kurangnya kemampuan mendesain kemasan produk, mereka selama ini memasarkan dengan desain ala kadarnya secara tradisional.
2. Belum memiliki kemampuan untuk memotret produk, sehingga kurang menarik jika dilakukan pemasaran lewat media.

2.KAJIAN LITERATUR

2.1.Desain Kemasan Produk

Dalam perancangan packaging tidak hanya sekedar asal merancang saja, tetapi dituntut adanya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merk atau produk sehingga tampilan desain mampu

”menjual” dan penting juga tampilan packaging haruslah menarik dan enak dipandang untuk menarik hati konsumen Fungsi packaging (Herudiyanto, 2008) adalah:

1. Fungsi melindungi produk, yaitu kemasan pada awalnya adalah untuk melindungi produk yang ada di dalamnya agar tidak mudah rusak, awet dan tahan lama.
2. Fungsi informasi dan komunikasi adalah bahwa kemasan berfungsi sebagai fungsi informasi produk dan berfungsi sebagai alat komunikasi tentang suatu produk.
3. Fungsi penyimpanan produk, yaitu kemasan dapat dengan mudah disimpan dan efisien dalam menghemat ruang, mudah ditata, mudah diletakkan
4. Fungsi identifikasi dapat dilakukan dengan cara penggunaan elemen-elemen desain yang kuat dan dapat ditandai dengan adanya warna, garis, bentuk, ukuran, ilustrasi, tipografi, dan logo.

Pembuatan desain packaging juga memerlukan beberapa pertimbangan agar menjadi sebuah kemasan menjadi efektif yang mampu “menjual”, yaitu dengan mempertimbangkan jenis produk Misal: makanan, kerajinan/souvenir, mainan, alat-alat/ perka kas, barang elektronik, perlengkapan kosmetik. Hal ini menyangkut penentuan karakter desain grafis pendukungnya, warna, tipografi, ilustrasi, sifat produknya, dan lain-lain. Segmen Pasar apakah itu lokal/daerah/ regional, pedesaan, perkotaan, internasional /mancanegara

2.2.Pemotretan Produk

Fotografi Produk adalah bidang fotografi yang dikhususkan pada pengembangan teknik-teknik mengambil gambar produk, baik dalam skala kecil maupun besar, terutama produk yang nampak (*tangible*), Tujuan dari fotografi jenis ini jelas, yaitu mengambil gambar sebuah produk yang akan dijual. Karena tujuan tersebut, hasil foto juga dituntut untuk dapat lebih jelas dan dapat memberikan gambaran yang lengkap dan sesuai dengan misi yang oleh produk tersebut. Kretova (2013:1)

Proses komersialisasi yang paling mudah adalah melalui visual (gambar/foto) dengan bantuan sosial media, para pengrajin dapat dengan mudah mengkomersialisasikan hasil kerajinan mereka. Belajar untuk membuat foto produk yang baik akan dapat

membuat para konsumen mudah untuk mengidentifikasi produk kerajinan mereka tanpa harus datang langsung ke *workshop*. Foto produk sub bidang foto *still life*. Foto *still life* adalah foto mengenai benda mati, misalnya patung, makanan, minuman, sayuran, mainan, aneka benda-benda kecil dari hiasan sampai produk-produk . Meskipun yang menjadi objek pemotretan adalah benda-benda mati, memotretnya untuk menjadi sebuah foto yang baik dan mengandung seni tidaklah gampang. Karena kita harus menjadikan benda mati tersebut menjadi “hidup” .

Dalam membuat foto *still life*/foto produk bukan sekadar menggambarkan objek ke dalam sebuah gambar 2 dimensi dengan cara seadanya, yang kita perlukan adalah konsep, teknik pemotretan yang baik, apakah mengenai sudut pemotretan, pencahayaan, penataan objek atau hal-hal lain yang terkait dengan tujuan pencapaian hasil foto yang artistik dan mengandung seni. Karena itulah untuk menghasilkan sebuah foto *still life* yang baik perlu adanya teknik pemotretan yang baik. Hal yang sangat berperan dalam sebuah foto *still life* adalah tata pencahayaannya, yaitu jatuhnya sinar terhadap objek yang kita foto. Pemotretan *still life* dilakukan dengan cahaya buatan, akan tetapi tentu tidak bisa secara acak dalam menentukan cahaya buatanya, kita harus memilih posisi cahaya buatan atau lampu tersebut pada posisi yang tepat serta jumlah cahayapun sangat berperan penting untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dan objek terlihat “hidup”.

3.METODE

Dalam PKM ini, pelatihan yang diberikan adalah cara membuat desain kemasan dan memotret sebuah produk dengan uraian sebagai berikut:

1. Pelatihan dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab tentang desain kemasan dan memotret produk, pelatihan, dimulai dengan pengenalan terhadap alat, bahan, dan media yang digunakan serta membuat desain produk dan memotret produk
2. Penyuluhan dan Praktik dalam mendesain kemasan dan memotret produk.

Pelaksanaan Kegiatan PKM dilakukan dengan

1. Metode presentasi, tanya jawab, Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan

manfaat, fungsi, bahan alat, bagaimana cara membuat kemasan produk dan cara memotreknnya, mulai dari awal sampai akhir

2. Metode Tahapan Kerja Mendesain dan Memotret Produk, tahapan ini dilakukan untuk melatih pelaku usaha di Kampoeng Kajoetangan dalam membuat kemasan dan memotret produk, metode ini dilakukan agar para pelaku usaha tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan kemasan serta memotret produknya.

Dengan Langkah sebagai berikut:

- a. Tim pelaksana mempertunjukkan alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kemasan dan cara memotret produk .
- b. Tim pelaksana mempertunjukkan contoh-contoh kemasan dan foto produk
- c. Tim pelaksana mendemonstrasikan proses pembuatan kemasan mulai dari pembuatan desain, pembentukan, dan finishing akhir serta tehnik-tehnik memotret produk.
- d. Peserta mempraktikkan cara pembuatan kemasan dan cara memotret produk.

4.HASIL

Hasil kegiatan PKM ini dapat dilihat pada kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1 : Pelatihan desain produk materi 1



Gambar 2: Pelatihan desain produk materi 2



Gambar 3: Peserta Pelatihan produk kemasan



Gambar 4 : Produk yang akan dikemas



Gambar 5 : Desain Kemasan Produk Unggulan Kue Ontbijkoek



Gambar 6: Desain Kemasan Produk Minuman Jamu Tradisional



Gambar 7: Display Produk yang dikemas



Gambar 8: Peserta Pelatihan Pemotretan Produk



Gambar 9: Praktek Memotret Produk

5.SIMPULAN.

Kegiatan ini sangat bermanfaat memberikan pengetahuan dan praktek mende sain kemasan serta memotret produk sebagai upaya agar konsumen lebih berminat meng konsumsi produk pelaku usaha di Kampoeng Kajoetangan, serta pelaku usaha dapat mempotret produk mereka dengan bagus sehingga mampu memasarkan produk mereka secara online dengan menampilkan poto-poto produk yang menarik konsumen untuk membeli produk mereka. Selanjutnya besar harapan untuk usaha mereka dapat bersaing dan menjadi berkembang .

6.DAFTAR REFERENSI

- Herudiyanto, M.S. 2008. *Teknologi Penge masan Pangan*. Widya Padjajaran. UNPAD. Bandung
- Kretova, Aleksandra. 2013. *Product Photography for an Online Store and Printed Catalogue*. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, Helsinki