

Penciptaan Kemasan Ramah Lingkungan Sebagai Pemberdayaan Batik Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang

Petrus Gogor Bangsa, Danu Sukmawan Aji

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Email: gogorbangsa@isi.ac.id

ABSTRAK

Desa Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah adalah sebuah desa yang terletak di daerah pegunungan Menoreh. Desa ini memiliki beberapa potensi seni dan budaya yang terbagi dalam kelompok-kelompok, salah satunya adalah Kelompok Batik Girijati. Kelompok pembuat batik ini dikelola oleh para perempuan di desa Kerug Batur dengan menggunakan pewarna alam dan ciri khas motif yang diambil dari relief Borobudur. Desa ini meskipun terletak hanya sekitar 4 kilometer dari Candi Borobudur, namun belum menjadi daya tarik dan tujuan pariwisata. Sehingga nampak sekali terjadi kesenjangan kunjungan wisatawan dibanding dengan objek wisata Candi Borobudur. Demikian juga yang terjadi pada Batik Girijati ini, meskipun memiliki daya pikat tersendiri namun belum mampu menarik perhatian calon konsumen. Salah satu kendalanya adalah persoalan identitas produk yang berujung pada permasalahan pemasaran. Batik Girijati selama ini hanya dijual apa adanya tanpa memiliki identitas/ciri khas produk, sehingga tidak mudah dikenali oleh konsumen maupun calon konsumen. Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran untuk salah satu upaya untuk memberdayakan Kelompok Batik Girijati tersebut. Sehingga nantinya produk batik ini mempunyai ciri khas, identitas, dan *tool* pemasaran yang dapat diandalkan. Sebagai produk batik dengan pewarna alam yang ramah lingkungan, maka kemasan yang akan dirancang pun juga harus ramah lingkungan. Tahapan metode penelitian ini diawali dengan mengumpulkan data melalui observasi langsung kegiatan Kelompok Batik Girijati dan wawancara dengan pimpinan kelompok. Data yang dikumpulkan terutama mengenai produk Batik Girijati dan permasalahan pemasarannya, selain data pendukung lainnya. Setelah dipilah, dianalisis dan disimpulkan, maka data tersebut akan dipergunakan sebagai dasar pertimbangan pembuatan rancangan kemasan untuk Batik Girijati tersebut. Selanjutnya adalah proses perancangan kemasan yang diawali dengan alternatif rancangan kasar, rancangan komprehensif, hingga pembuatan *prototype*. Kemudian *prototype* diuji coba dan dilakukan evaluasi serta revisi bilamana perlu.

Kata-kata kunci: kemasan, ramah lingkungan, batik, pewarna alam, Borobudur.

ABSTRACT

Kerug Batur Village, Majaksingi, Borobudur, Magelang, Central Java is a village located in the Menoreh mountain area. This village has several artistic and cultural potentials which are divided into groups, one of which is the Girijati Batik Group. This group of batik makers is managed by women in the village of Kerug Batur using natural dyes and characteristic motifs taken from Borobudur reliefs. Although this village is located only about 4 kilometers from Borobudur Temple, it has not become an attraction and tourism destination. So it seems that there is a gap in tourist visits compared to the Borobudur Temple tourist attraction. Likewise, this Girijati Batik, although it has its own allure, has not been able to attract the attention of potential consumers. One of the obstacles is the problem of product identity which leads to marketing problems. So far, Girijati Batik is only sold as is without having a product identity/characteristic, so it is not easily recognized by consumers and potential

consumers. The purpose of this research is to design environmentally friendly packaging for Girijati Batik products as a marketing tool for one of the efforts to empower the Girijati Batik Group. So that later this batik product has a characteristic, identity, and reliable marketing tool. As a batik product with environmentally friendly natural dyes, the packaging to be designed must also be environmentally friendly. The stages of this research method begin with collecting data through direct observation of the activities of the Girijati Batik Group and interviews with group leaders. The data collected is mainly about Girijati Batik products and their marketing problems, in addition to other supporting data. After being sorted, analyzed and concluded, the data will be used as a basis for consideration in making the packaging design for the Girijati Batik. Next is the packaging design process that begins with an alternative rough design, a comprehensive design, to making a prototype. Then the prototype is tested and evaluated and revised if necessary.

Keywords: *packaging, environmentally friendly, batik, natural dyes, Borobudur.*

Pendahuluan

Desa Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah adalah sebuah desa yang terletak di daerah pegunungan Menoreh dan hanya berjarak kurang lebih 4 kilometer dari obyek wisata Candi Borobudur. Desa ini memiliki beberapa potensi wisata alam (Puncak Gondopuwangi, Puncak Gajah Mungkur), seni dan budaya (Jathilan Turonggo Gondorinekso), kuliner (Kopi Borobudur, Teh Majaksingi, slondok krepus, gula jawa) serta religi. salah satunya adalah Kelompok Batik Girijati. Kelompok pembuat batik ini dikelola oleh para perempuan di desa Kerug Batur dengan menggunakan pewarna alam yang diambil dari bahan dari lingkungan sekitar mereka. Motif yang menjadi ciri khas batik tersebut terinspirasi dari relief-relief yang ada di Candi Borobudur. Desa ini meskipun terletak hanya sekitar 4 kilometer dari Candi Borobudur, namun belum menjadi daya tarik dan tujuan pariwisata. Sehingga nampak sekali terjadi kesenjangan kunjungan wisatawan dibanding dengan objek wisata Candi Borobudur. Demikian juga yang terjadi pada Batik Girijati ini, meskipun memiliki daya pikat tersendiri namun belum mampu menarik perhatian calon konsumen. Salah satu kendalanya adalah persoalan identitas produk yang berujung pada permasalahan pemasaran. Batik Girijati selama ini hanya dijual apa adanya tanpa memiliki identitas/ciri khas produk, sehingga tidak mudah dikenali oleh konsumen maupun calon konsumen.

Kemasan mempunyai fungsi utama untuk melindungi barang, menambah penampilannya, dan mendukung distribusinya (Giles, 2004:6). Jadi selain fungsi asalnya sebagai pelindung barang yang dikemas, Hermawan Kartajaya (Wirja, 1999:xi) mengatakan bahwa kemasan juga mempunyai fungsi pemasaran melalui estetika dari barang yang dikemasnya. Kemasan bahkan sering dijuluki sebagai "*the silent salesman*" karena fungsinya sebagai salah satu *tool* pemasaran (Pilditch, 1973).

Selama ini kemasan untuk produk ramah lingkungan sekedar menggunakan bahan yang bisa didaur ulang saja (kertas misalnya), namun masih jarang yang memanfaatkan bahan yang diolah dari alam sekitarnya. Dengan demikian hal ini diharapkan menjadi keunikan dari perancangan ini, yaitu kemasan yang ramah lingkungan yang memanfaatkan potensi bahan alami dari alam sekitar.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran. Sehingga nantinya produk batik ini mempunyai ciri khas, identitas, dan *tool* pemasaran yang dapat diandalkan. Selanjutnya produk dari penelitian ini diharapkan dapat memberdayakan Kelompok Batik Girijati yang dikelola oleh para perempuan Desa Kerug Batur tersebut. Urgensi penelitian ini adalah bahwa pada saat ini produk Batik Girijati mengalami kesulitan pemasaran, yang salah satu dugaan penyebabnya adalah tidak mempunyai ciri khas dari kemasan produk tersebut. Oleh karena itu dengan adanya kemasan yang komprehensif nantinya dapat menjadi *tool* pemasaran bagi produk batik ini sehingga dikenal dan mampu bersaing setidaknya secara regional.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran untuk salah satu upaya untuk memberdayakan Kelompok Batik Girijati tersebut?

Metode dan Bahan

Teori yang dipakai sebagai landasan perancangan kemasan ini adalah Teori Wallas (Damajanti, 2013) mengenai tahapan proses kreasi: (1) *preparation* (tahapan persiapan atau masukan); (2) *incubation* (tahap pengendapan); (3) *illumination* (tahap inspirasi); dan (4) *verification* (tahap pengujian).

Data dikumpulkan dengan cara melakukan observasi langsung terhadap Kelompok Batik Girijati di Desa Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang, wawancara terhadap bu Sisil selaku pengelola kelompok, dan para perempuan anggota kelompok. Dalam usaha untuk lebih memahami fenomena sosial yang akan diteliti, maka diusahakan untuk juga menambahkan data kualitatif pada data kuantitatif yang diperoleh. Bila ada data kualitatif tambahan pada pertanyaan tertentu yang telah disiapkan pada panduan wawancara maka akan dicatat sebagai materi pendalaman. Diharapkan dengan adanya tambahan data kualitatif tersebut, gambaran akan fenomena sosial yang diteliti akan semakin jelas.

Material yang dipergunakan adalah olahan bambu yang banyak tumbuh dan mudah ditemukan di lokasi, diproses dengan keterampilan tangan dari pengrajin setempat. Material yang sudah diproses tersebut kemudian dibentuk dan dilengkapi menjadi sebuah produk yang dipakai sebagai kemasan untuk memasarkan Batik Girijati.

Hasil dan Pembahasan

Perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan untuk menghasilkan pola kemasan pada bahan olahan bambu. Perancangan dilakukan meliputi pemberian warna alami, penganyaman, dan pembuatan pola. Ketiga tahap perancangan tersebut menghasilkan bentuk-bentuk bahan yang

dibutuhkan dalam pembuatan kemasan batik yang diinginkan. Setelah perancangan dilakukan, kemudian dibuat kemasan produk dan hasilnya dipromosikan ke pengrajin batik sebagai upaya mengkampanyekan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) penggunaan bahan alami yaitu olahan bambu untuk kemasan Batik Girijati.

A. Mengolah Bambu sebagai Bahan Alami

Bahan utama kemasan ini adalah batang tanaman bambu. Jenis bambu yang dipilih adalah *apus* karena tidak mudah pecah saat dibilah. Batang bambu yang dipilih adalah yang tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda. Setelah dibersihkan, kemudian dipotong-potong sepanjang 40 – 50 cm. Masing-masing potongan bambu kemudian dibilah menjadi 10 – 15 bagian, kemudian diserut menjadi tipis dan halus. Bambu yang telah diserut tersebut kemudian dijemur hingga kering sehingga kadar airnya hilang.

B. Memproses Bambu Olahan Menjadi Bentuk Kemasan

Tahapan Pewarnaan

Bambu yang telah diolah tersebut mempunyai warna dasar kuning sedikit kecoklatan yang membuatnya terlihat natural dan elegan. Namun, untuk mendapatkan kualitas visual yang beragam, dilakukan eksperimen pewarnaan alam dengan menggunakan bahan pewarna alami yang berasal dari tumbuhan. Percobaan dilakukan dengan cara merebus olahan bambu pada suhu 100°C selama 30 menit menggunakan pewarna alami yaitu kunyit, kembang sepatu, daun pandan, dan daun jati. Warna alami ini menghasilkan beberapa varian warna pada bahannya, yaitu kuning, merah, hijau, dan ungu.

Tahapan Penganyaman

Olahan bambu yang telah diproses pewarnaan alam tersebut kemudian dianyam dengan teknik anyaman lilit. Teknik dasar anyaman lilit, sesuai namanya polanya membentuk sebuah lilitan. Cara membuat pola anyaman lilit adalah dengan cara melilitkan dua bilahan atau rautan secara bergantian pada pondasinya. Lilitan pada teknik dasar anyaman lilit dapat dibuat menjadi variasi.

Pola lilitan akan disesuaikan dengan desain yang diinginkan dari hasil jadi anyaman tersebut. Pola ini bersifat kuat karena lilitannya yang mengikat satu sama lain sehingga cocok untuk kemasan yang bersifat melindungi produk.

Tahapan Pembuatan Pola

Berdasarkan hasil proses awal yaitu pengolahan bahan bambu dan pewarnaan alami maka dilakukan proses pembuatan produk kemasan. Kemasannya dibentuk mengikuti produk kain Batik Girijati yang telah dilipat sedemikian rupa. Desain kemasan produk dibuat dengan menganyam bahan untuk menghasilkan bentuk yang diinginkan. Oleh karena itu kemudian diperoleh kemasan dengan bentuk kubus dan persegi panjang. Hasilnya adalah kemasan tertutup utuh dan ada juga yang berjendela (bagian kemasan terbuka yang memperlihatkan kain batik). Proses menganyam ini sekaligus merupakan bagian dari rekonstruksi kecerdasan

lokal (*local genius*) pada olahan bambu yang dimiliki oleh para perajin. Dengan demikian proses penganyaman juga memberikan pengetahuan baru bagi para perajin dan UKM selain menjadi upaya melestarikan kemampuan menganyam yang saat ini semakin sulit ditemukan. Apalagi hasil anyaman memiliki keunikan untuk meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

C. Desain Grafis sebagai Sentuhan Akhir Bentuk Kemasan

Setelah kemasan yang terbuat dari bambu siap, maka tahap berikutnya adalah pemberian label atau penandaan. Label bertujuan memberi identifikasi dan informasi produk sekaligus berfungsi persuasif. Fungsi identifikasi pada label adalah untuk membedakan merk/*brand* produk dengan merk/*brand* lainnya, meyakinkan konsumen mengenai brand produk, membantu konsumen mengenali produk secara cepat tanpa harus membuka kemasan terlebih dahulu. Fungsi informasi pada label adalah memberi keterangan segala hal mengenai produk, jenis produk, nama dan varian produk, bahan, cara pengolahan/ pembuatan, nama dan alamat produsen, kontak dan media promosi produk. Sedangkan fungsi persuasif terletak pada faktor estetika label tersebut yang menjadi daya tarik bagi konsumen saat melihat label dan kemasan tersebut di tempat pajang/penjualan.

Kesimpulan

Kemasan untuk suatu produk yang terbuat dari bahan ramah lingkungan sudah semestinya juga ramah lingkungan agar tetap menjaga semangat ramah lingkungan. Kemasan untuk produk UMKM umumnya kurang diperhatikan faktor desain dan maupun peruntukannya, karena dianggap hanya semata pembungkus produk saja. Dengan penciptaan kemasan yang terbuat dari bahan ramah lingkungan, serta desain yang relevan dengan semangat produk ramah lingkungan tersebut banyak manfaat yang bisa didapatkan. Pertama, dengan kemasan tersebut produk dapat memiliki ciri khas yang dapat menjadi identitas yang dapat membedakan dengan produk lain yang sejenis. Kedua, mempunyai pesan ekologi yang kuat sehingga memperkuat karakter produk yang ramah lingkungan. Ketiga, dengan kemasan yang artistik, komunikatif, dan memiliki daya persuasif akan menambah nilai jual dari produk tersebut sehingga pada akhirnya dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Calver, Giles (2004) *What is Packaging Design?* Mies: RotoVision SA.
- Opie, Robert (1991) *Packaging Source Book, A Visual Guide to a Century of Packaging Design*, Book Sales.
- Wirya, Iwan (1999) *Kemasan yang Menjual – Menang Bersaing Melalui Kemasan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama hal. xi.3

Pilditch, James (1973) *The Silent Salesman: How to Develop Packaging That Sells*, Brookfield Publishing Co.

Damajanti, Irma (2013) *Psikologi Seni – Sebuah Pengantar*, Bandung: PT Kiblat Buku Utama.

Calver, Giles (2004) *What is Packaging Design?* Mies: RotoVision SA.

Opie, Robert (1991) *Packaging Source Book, A Visual Guide to a Century of Packaging Design*, Book Sales.