

STUDI “TREND KEKINIAN PACKAGING” UNTUK WEBINAR PELATIHAN UMKM

Brian Alvin Hananto¹⁾

¹⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pelita Harapan
Brian.hananto@uph.edu

ABSTRACT

This paper will elaborate the study process regarding the “packaging trend” that is conducted by the author in preparing a webinar presentation for Small and Medium Enterprise (SME) in December 2020. The study itself is done through popular online literature reviews. The author then conducts a content analysis to identify keywords regarding the packaging trend, and then formulate the author’s version of the packaging trend for the SME owners. The webinar itself is held to train the SME owners and to educate them to understand the packaging design trend. This paper itself hopes to be a reference on what a designer can do during the pandemic, and also to share the author’s study towards packaging trend.

Keywords: *trend, packaging, webinar, SME*

ABSTRAK

Makalah ini akan menjelaskan proses studi mengenai “trend kekinian packaging” yang dilakukan oleh penulis guna menyiapkan materi webinar untuk pelatihan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dilakukan pada bulan Desember tahun 2020. Studi untuk memahami trend desain kemasan dilakukan dengan pengumpulan data melalui studi pustaka pada publikasi-publikasi online populer. Penulis kemudian melakukan content analysis guna memperoleh kata kunci-kata kunci yang kemudian dirumuskan menjadi “trend kekinian packaging” untuk webinar pada pemilik dan pelaku UMKM. Pelatihan melalui webinar ini dilakukan guna melatih dan mengedukasi para pelaku UMKM untuk dapat memahami trend desain kemasan yang ada dengan harapan dapat menginspirasi para pelaku UMKM. Makalah ini sendiri berharap dapat menjadi referensi mengenai kegiatan yang dapat dilakukan desainer dalam kondisi pandemi dan juga membahas hasil studi penulis ketika mempersiapkan webinar tersebut.

Kata Kunci: *trend, packaging, webinar, UMKM*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, Corona Virus 2019 (COVID-19) menjadi pandemi yang melanda berbagai negara yang ada di dunia, termasuk di Indonesia. Pandemi tersebut dinilai melumpuhkan berbagai kegiatan masyarakat, dan mengakibatkan banyak perusahaan-perusahaan yang harus melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Kementerian Ketenagakerjaan sendiri mencatat pada per 31 Juli 2020, terdapat 3.5 juta lebih pekerja yang dirumahkan (Karunia, 2020). Pada bulan yang sama, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat angka pengangguran di Indonesia sendiri mencapai 9.7 juta orang, 2.67 juta orang lebih dibandingkan tahun lalu (“Polling CNN: PHK, Efek Pandemi yang Paling Menakutkan,” 2020). Peningkatan ini bisa dilihat sebagai ‘dampak’ dari pandemi COVID-19 di Indonesia. Pada Oktober 2020, Jobstreet Indonesia memproyeksi jumlah pengangguran di Indonesia dapat mencapai 11 juta orang pada akhir tahun 2020 (“Survei Jobstreet: 35 Persen Kena PHK, 19 Persen Dirumahkan,” 2020). Data-data tersebut menunjukkan bagaimana pandemi membuat jumlah pekerja-pekerja yang di PHK terus meningkat.

Namun tidak hanya pekerja-pekerja yang dirumahkan, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga menjadi salah satu pihak yang terkena dampak dari pandemi COVID-19. Data dari Kementerian Koperasi menyatakan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM terdampak pandemi COVID-19 (Safitri, 2020), hal ini juga senada dengan data dari JNE yang mengatakan bahwa 96% UMKM merasa terkena dampak dari COVID-19 (Syamsudin, 2020). Putri Tanjung, Staf Khusus Presiden mengatakan dalam 'Mandiri Market Outlook 2021' bahwa 48% UMKM hanya dapat bertahan maksimal tiga bulan sebelum akhirnya tidak bisa meneruskan usahanya (Hasibuan, 2020). Organisasi Buruh Internasional atau *International Labor Organization (ILO)* mengatakan bahwa berbagai UMKM dunia yang menggunakan strategi konvensional akan kesulitan dalam pandemi, oleh karena itu UMKM perlu mengadaptasi pendekatan-pendekatan baru, seperti digital (Gunawan, 2020). Hal ini juga diungkapkan oleh Putri, bahwa pandemi ini sebenarnya memiliki peluang untuk bisa bertumbuh jika para UMKM ini berhasil 'go digital'.

Melalui studi literatur cepat, dapat ditemukan banyak pendapat atau alasan mengapa sebuah UMKM perlu menggunakan media-media digital sebagai salah satu sarana atau medium pemasaran dan penjualannya; banyak literatur juga mengungkapkan pengaruh positif dari transisi usaha-usaha konvensional menjadi digital; namun tidak banyak literatur yang membahas mengenai bagaimana cara untuk membawa produk UMKM tersebut ke medium online. Hal ini mendorong penulis dan KitaKuat (KitaKuat.com) untuk membahas mengenai bagaimana UMKM-UMKM dapat memposisikan atau menyiapkan diri dalam medium online ini, khususnya dalam perspektif desain identitas visual dan kemasan. Identitas visual dan kemasan yang representatif serta unik mampu membangun asosiasi rasional yang baik untuk dilihat oleh publik (Tiffany & Hananto, 2020), pemahaman ini yang kemudian akan disampaikan dalam Webinar "*Trend Kekinian Packaging*", yaitu untuk agar para pelaku UMKM dapat memahami visual seperti apa yang baik untuk kemasan produk mereka dewasa ini secara visual.

Makalah ini akan menjelaskan mengenai proses studi yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan studi pustaka dan *content analysis* terhadap pustaka-pustaka populer dalam rangka merumuskan *trend* desain kemasan per Desember 2020. Penulis harap makalah ini bisa menjadi referensi dalam metode studi pustaka dan *content analysis*, serta menjadi inspirasi dengan apa yang dapat dilakukan oleh desainer atau akademisi dalam merespon kondisi pandemi.

METODOLOGI

Bagian ini akan membahas mengenai metodologi dan juga metode yang dilakukan oleh penulis dalam studi "*Trend Kekinian Packaging*". Keseluruhan tahapan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Studi Penulis
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Pencarian pustaka dilakukan dengan memasukkan kata kunci seperti "*packaging trend*", "*packaging design trend*", "*packaging trend 2021*" pada *search engine* Google untuk mendapatkan daftar situs-situs yang memuat informasi-informasi tersebut. Sepuluh situs pertama yang menjelaskan mengenai tren desain kemasan dipilih untuk menjadi sumber pustaka. Sepuluh situs pertama yang dipilih bukan merupakan situs yang merupakan iklan dari Google, dengan demikian sepuluh

situs pertama mewakili dari sepuluh situs yang memiliki *traffic* pengunjung yang tinggi. Hal ini dikarenakan situs dengan jumlah pengunjung yang tinggi dinilai memiliki kredibilitas tinggi dalam membahas tren desain.

Studi pustaka dilakukan dengan membaca secara seksama situs-situs tersebut sebagai sumber pustaka. Dalam studi pustaka ini, penulis mendata urutan dan juga tren-tren yang disampaikan oleh situs-situs tersebut. Terdapat 79 tren yang dibahas dalam 10 situs yang dipilih.

Selain mendata, penulis juga kemudian melakukan *content analysis* dengan mengidentifikasi kata kunci-kata kunci mengenai konten dari situs tersebut. Kata kunci yang dilihat adalah aspek apa yang dibahas oleh tren tersebut, seperti “visual”, “wadah”, “*marketing*”, ataupun “campuran”. Kata kunci ini digunakan untuk menghapus pembahasan-pembahasan yang tidak relevan dalam pembahasan tren desain kemasan secara fokus.

Tahap terakhir adalah proses membuat kesimpulan yang dilakukan dengan membandingkan kembali kata kunci dan penjelasan tren. Trend yang muncul di berbagai situs dinilai sebagai sebuah trend yang potensial. Namun selain pembagian secara kuantitatif, penulis juga mengkategorikan tren-tren yang terlalu spesifik kedalam trend yang lebih besar guna memperkaya pembahasan dalam tiap-tiap tren yang telah disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan membahas mengenai kesimpulan studi yang telah dilakukan, yaitu daftar tren desain kemasan yang didapatkan dari studi penulis.

Secara Visual: Sederhana, Jelas, dan Tegas

Pembahasan tren pertama adalah mengenai bagaimana secara visual, desain-desain perlu terlihat sederhana, jelas dan juga tegas (“*10 dazzling packaging design trends for 2021,*” 2020; “*7 PRODUCT PACKAGING DESIGN TRENDS IN 2021,*” 2020; “*Latest Packaging Trends 2021-2022,*” 2020; Lundin, 2020; McCool, 2020). Hal ini umumnya diwakili dengan indikasi atau pemaparan bahwa desain-desain kemasan harus terlihat tegas, namun tidak hanya penggunaan visual secara tegas saja. Visual yang mungkin kurang terlihat tegas juga dapat efektif apabila elemen-elemen terlihat tegas dan sederhana.

Penulis melihat kemunculan tren-tren ini secara visual didasari bahwa banyak kemasan perlu terlihat menarik secara visual, khususnya ketika tampil secara digital seperti pada *platform-platform e-commerce*, ataupun media sosial. Karena dalam dunia digital banyaknya transaksi produk dilakukan tanpa pembeli bisa melihat dan memegang langsung produk, maka kemasan perlu terlihat sederhana dan jelas untuk bisa dipahami oleh publik, dan terlihat tegas untuk dapat menarik perhatian publik ketika dibandingkan dengan kemasan-kemasan produk lainnya.



Gambar 2. Contoh Kemasan yang Secara Visual Terlihat Sederhana, Jelas, dan Tegas
Sumber: Inthebag.com (kiri), 99designs.com (kanan)

Secara Asosiasi: 'Transparansi' Produk

Tren kedua berbicara mengenai bagaimana publik atau konsumen akan mempersepsikan produk dan kemasan. Dengan pergeseran transaksi dilakukan di media digital, dan banyaknya produk-produk yang muncul, maka konsumen menjadi lebih seksama dalam memilih produk-produk. Hal ini yang mendorong perlunya kemasan-kemasan yang lebih 'transparan', dimana hal ini bisa dimaknai secara gamblang dimana kemasan menampilkan produk karena ada bagian yang transparan, ataupun secara pesan yang ditampilkan juga lebih apa adanya atau 'transparan' ("*10 dazzling packaging design trends for 2021,*" 2020; "*Latest Packaging Trends 2021-2022,*" 2020; "*Trends In The Packaging Industry Outlook For 2021,*" 2020; May, 2020).



Gambar 3. Contoh Kemasan yang Transparan dengan Produknya, Baik Secara Pesan, Maupun Visual

Sumber: crowdspring.com

Berdasarkan Konteks: Green Design, Tech-Infused Design, Safe Design

Tiga tren terakhir semua berangkat dari konteks secara umum, dan spesifik 2020. *Green design* adalah tren yang muncul dari tahun-tahun sebelumnya, namun semakin lama tren ini semakin dominan terlihat. *Tech-infused design* juga merupakan sebuah tren yang muncul dari tahun-tahun sebelumnya, walaupun tidak selama *green design*. *Safe design* adalah tren yang sebelumnya tidak terdeteksi dalam desain kemasan, namun menjadi dominan karena pandemi COVID-19 pada tahun 2020.

Green design adalah istilah besar yang memayungi desain yang ramah lingkungan. Pembahasan mengenai *green design* dalam desain kemasan mencakup keberlanjutan (*sustainability*), mengurangi limbah produksi cetak, ataupun menggunakan material ramah lingkungan ("*7 PRODUCT PACKAGING DESIGN TRENDS IN 2021,*" 2020; "*Latest Packaging Trends 2021-2022,*" 2020; *McCool*, 2020; *Rudd*, 2020; "*The Top 5 Packaging Design Trends to Watch for 2021,*" 2020; "*Trends In The Packaging Industry Outlook For 2021,*" 2020).

Tech-infused design, adalah istilah yang membahas desain-desain yang menerapkan fitur teknologi dalam kemasannya. Teknologi disini contohnya adalah informasi aksesibilitas kepada situs atau media sosial dengan *quick response* (QR) *code*, menggunakan teknologi *augmented reality* (AR), ataupun fitur-fitur yang mengundang interaktivitas produk & kemasan dengan konsumen & perangkat lunaknya ("*7 PRODUCT PACKAGING DESIGN TRENDS IN 2021,*" 2020; "*Latest Packaging Trends 2021-2022,*" 2020; "*Trends In The Packaging Industry Outlook For 2021,*" 2020; *Rudd*, 2020).



Gambar 4. Contoh Penggunaan Integrasi AR dalam Desain Kemasan
Sumber: casemakes.com

Safe design adalah tren terakhir yang muncul dalam desain kemasan karena kondisi pandemi COVID-19. Pada prinsipnya, proses transaksi dan distribusi terhadap sebuah produk perlu diperhatikan dengan lebih lagi karena adanya virus COVID-19. Hal ini dilakukan dengan penggunaan kemasan ekstra untuk melapisi kemasan primer produk, menggunakan material-material kemasan yang lebih kedap untuk menjaga produk dari virus COVID-19, atau penggunaan material berpori yang dinilai lebih tidak tahan dihindari virus COVID-19 (Lundin, 2020; McCool, 2020; “Trends In The Packaging Industry Outlook For 2021,” 2020).



Gambar 5. Contoh Penggunaan Wadah atau Material Tertentu untuk Menjaga Produk dari Virus COVID-19
Sumber: Thedieline.com

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

COVID-19 mendorong banyak orang untuk berada dirumah pada tahun 2020. Banyak pekerja tidak terkena PHK, banyak UMKM yang terbatas pergerakannya karena pandemi tersebut. Solusi yang banyak dipropagandakan semasa pandemi ini adalah pergeseran ke digital atau secara daring. Untuk mengedukasi pelaku UMKM yang memiliki produk-produk agar bisa memahami desain yang baik untuk media digital dan juga kontekstual terhadap 2021, penulis melaksanakan webinar “*Trend Packaging Kekinian*” bersama KitaKuat.com.

Dalam persiapan webinar tersebut, penulis melakukan studi untuk bisa menyimpulkan tren-tren desain kemasan apa yang relevan dan juga perlu dipahami oleh para pelaku UMKM. Tren pertama adalah desain-desain yang sederhana, jelas, dan juga tegas secara visual, dan juga ‘transparan’ agar bisa merepresentasikan produk yang dikemas dengan baik. Konteks juga mendorong adanya tren-tren desain kemasan, seperti *green design*, *tech infused design*, dan *safe design*.

Metodologi studi yang dilakukan oleh penulis adalah metode studi yang sederhana dengan menggunakan studi pustaka dan *content analysis* dalam beberapa

tahapan. Metodologi ini bisa menjadi referensi terhadap melakukan proses mencari dan menganalisis data untuk desainer dan juga akademisi.

Melalui studi yang dilakukan, penulis berharap pemaparan mengenai tren desain kemasan ini dapat relevan dan juga berguna bagi akademisi, desainer, pelaku UMKM, maupun publik yang ingin tahu lebih lanjut mengenai tren desain kemasan pada tahun 2021. Studi ini juga diharapkan mampu menjadi inspirasi terhadap apa yang penulis, seorang akademisi dan desainer, lakukan dalam merespon kondisi pandemi COVID-19 ini.

REFERENSI

- 10 dazzling packaging design trends for 2021. (2020). Retrieved March 3, 2021, from 99 Designs website: <https://99designs.com/blog/trends/packaging-design-trends/#10>
- 7 PRODUCT PACKAGING DESIGN TRENDS IN 2021. (2020). Retrieved March 3, 2020, from casemakes.com website: <https://casemakes.com/resources/product-packaging-design-trends/>
- Gunawan, A. (2020). Jika Ingin Lolos Resesi, UMKM Harus Melek Digital! Retrieved March 3, 2021, from CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201126111412-4-204810/jika-ingin-lolos-resesi-umkm-harus-melek-digital/1>
- Hasibuan, L. (2020). Putri Tanjung Beberkan Dampak Pandemi terhadap UMKM RI. Retrieved March 3, 2021, from CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201126200053-25-205012/putri-tanjung-beberkan-dampak-pandemi-terhadap-umkm-ri>
- Karunia, A. M. (2020). Imbas Corona, Lebih dari 3,5 Juta Pekerja Kena PHK dan Dirumahkan. Retrieved March 3, 2021, from Kompas.com website: <https://money.kompas.com/read/2020/08/04/163900726/imb-imb-corona-lebih-dari-3-5-juta-pekerja-kena-phk-dan-dirumahkan?page=all>
- Latest Packaging Trends 2021-2022. (2020). Retrieved March 3, 2021, from Inthebag.com website: <https://inthebag.com/2021/02/01/latest-packaging-trends-2021-2022/>
- Lundin, K. (2020). The 7 Biggest Packaging Design Trends For 2021. Retrieved March 3, 2021, from Crowdspring.com website: <https://www.crowdspring.com/blog/packaging-design-trends-2021/>
- May, T. (2020). The biggest trends in graphic design for 2021, as predicted by leading creatives. Retrieved March 3, 2021, from creativeboom.com website: <https://www.creativeboom.com/inspiration/the-biggest-trends-in-graphic-design-for-2021/>
- McCool, B. (2020). Dieline's 2021 Trend Report. Retrieved March 3, 2021, from Thedieline.com website: <https://thedieline.com/blog/2020/12/15/dielines-2021-trend-report?>
- Polling CNN: PHK, Efek Pandemi yang Paling Menakutkan. (2020). Retrieved March 3, 2021, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201230103335-532-587734/polling-cnn-phk-efek-pandemi-yang-paling-menakutkan>
- Rudd, A. (2020). 5 Retail Packaging Design Trends In 2021. Retrieved March 3, 2020, from feedster.com website: <https://www.feedster.com/marketing/5-retail-packaging-design-trends-in-2021/>
- Safitri, F. N. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. Retrieved March 3, 2021, from Kumparan.Com website:

<https://kumparan.com/faridanursafitri19/dampak-covid-19-terhadap-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-di-indonesia-1urxzc2LBXH/full>

Survei Jobstreet: 35 Persen Kena PHK, 19 Persen Dirumahkan. (2020). Retrieved March 3, 2021, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201008101052-92-555827/survei-jobstreet-35-persen-kena-phk-19-persen-dirumahkan>

Syamsudin, M. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Retrieved March 3, 2021, from nu.or.id website: <https://www.nu.or.id/post/read/123247/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-umkm-di-indonesia>

The Top 5 Packaging Design Trends to Watch for 2021. (2020). Retrieved March 3, 2020, from rex3.com website: <https://www.rex3.com/therexecutionist/top-5-packaging-design-trends-to-watch-for-2021>

Tiffany, & Hananto, B. A. (2020). Peran Desain Identitas Visual dan Kemasan untuk Brand Tulaboocha. *Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2020*, 3, 113–118. Retrieved from <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/275/189>

Trends In The Packaging Industry Outlook For 2021. (2020). Retrieved March 3, 2021, from linchpinseo.com website: <https://linchpinseo.com/trends-in-the-packaging-industry/>