

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DAN KEMASAN KREATIF PADA SABUN SISNA PRODUKSI BANK SAMPAH SUBUR MAKMUR SUNTEN, YOGYAKARTA

Bella Indriani Malista

Bellamalista19@gmail.com

Mercu Buana University of Yogyakarta

Abstrak

Sampah dan limbah masih menjadi permasalahan di Indonesia. Menumpuknya barang-barang bekas pakai yang tidak dapat didaur ulang membuat tumpukan sampah bertambah banyak disetiap harinya. Beberapa wilayah penduduk di Indonesia mendirikan penampungan sampah yang disebut dengan “Bank Sampah”. Bank sampah adalah tempat penampungan sampah yang sudah dipilah dari beberapa kategori, dan hasil dari sampah ini akan di distribusikan ke tempat pengrajin sampah. Olahan limbah yang dihasilkan oleh Bank Sampah Subur Makmur Sunten adalah sabun, sabun ini dinamakan Sabun Sisna.

Proses perancangan melalui tahapan data dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) , kemudian data tersebut diolah dengan melakukan *client brief*, yang dilanjutkan dengan *project brief*, dan menggunakan metode perancangan *creative work plan (Y&R)* untuk menjawab kebutuhan produk. Tahapan penciptaan media promosi dan kemasan kreatif dengan proses membuat *layout* gagasan, *Layout* kasar, *layout* lengkap, *final* desain. Instrument yang digunakan dalam pembuatan karya berupa perangkat manual pensil, kertas, bulpoin, penghapus dan perangkat berupa laptop, *handphone*, dan *camera Mirrorless Fujifilm X-A3*. Serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Corel Draw X7* dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digitalprinting* dan sablon.

Hasil dari perancangan media promosi sabun sisna produksi Bank Sampah Subur Makmur Sunten berupa logo sebagai, label produk, label kemasan sebagai label pada kemasan, kemasan, brosur, *mini x banner*, *x banner*, dan *merchandise* yang berupa *goodiebag*. Konsep karya yang di gunakan adalah meminimalisir bertambahnya limbah maupun sampah dengan desain yang sederhana dan elegan. Warna-warna yang digunakan adalah warna-warna yang identik dengan warna alam. Target *audience* perancangan media promosi dan kemasan kreatif ini adalah remaja hingga dewasa di Yogyakarta. Semua media promosi digunakan saat pameran.

Kata Kunci: Perancangan Media Promosi, Kemasan Kreatif, Desain Kreatif.

**DESIGN CREATIVE MEDIA PROMOTION AND PACKAGING
PRODUCTION OF SOAP SISNA GARBAGE BANK LUSH MAKMUR
SUNTEN, YOGYAKARTA**

Bella Indriani Malista

Bellamalista19@gmail.com

Mercu Buana University of Yogyakarta

Abstract

Garbage and waste are still a problem in Indonesia. The accumulation of unrecycled used items increases the size of the pile every day. Some areas in Indonesia set up a garbage collection platform called the "Bank Sampah". Bank Sampah is a place where all the sorted waste collected and distributed to the garbage craftsmen. The processed waste produced by the Subur Makmur Sunten is soap. The soap called the Sisna soap.

The process of designing this research went through the stages of data by observation, interviews, and documentation. The data analyzation used the SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The date then processed by doing a client and then a project brief using the Creative Work Plan (Y&R) method to answer all the product needs. The stages of creating the promotion media and creative packaging included the process of making the idea layout, rough layout, complete layout, and final design. The instrument used in the production of works were manual pencil, paper, pen, eraser, and electronic devices such as laptop, handphone, and Mirrorless Fujifilm X-A3 camera as well as Microsoft Word software. The finishing process is done by digital and screen-printing systems.

The result of promotion media design of Sisna soap of Subur Makmur Sunten Bank Sampah are logos for product and packaging, packaging design, brochure, mini x banner, x banner and goodie bag as merchandise. The work concept that were used was meant to minimize the waste or garbage with a very elegant and simple design. The colors used are mimicking the color of nature. The target audience for this promotion media design are teens to adults in Yogyakarta. All promotional media are used at exhibition.

Key words: Design Media Campaigns, Creative Packaging, Creative Design.