



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus A: Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta 10340, Indonesia
Telp: +62 21 3928045 / 75 Fax : +62 21 3914591
Website : www.yai.ac.id E-mail : fikom.upi@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No : 575/D/FIKOM UPI Y.A.I/XII/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I menugaskan kepada:

- 1) Joachin David Magetanapuang, S.Sn, M.Ds (Ketua)
- 2) Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds (Anggota)
- 3) Drs. Kristianus Haryandi, M.Ds (Anggota)
- 4) Win Rico, S.Ds, MM (Anggota)
- 5) Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom (Anggota)

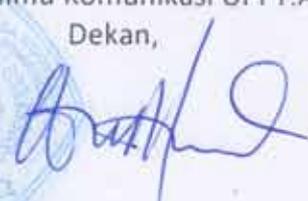
Untuk memberikan Pelatihan dengan tema “**Desain Kemasan untuk Wilayah Kelolah Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indoensia (WALHI)**” yang diadakan pada tanggal 9 Januari 2017.

Diharapkan kepada yang bersangkutan 1 (satu) minggu setelah kegiatan tersebut dapat menyampaikan laporannya kepada kami.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagai mestinya.

Jakarta, 22 Desember 2016

Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I
Dekan,



Prof. Dr. Ibnu Hamad

Tembusan :

- Rektor UPI Y.A.I
- Arsip

**LAPORAN
PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**



**PELATIHAN DESAIN KEMASAN
UNTUK WILAYAH KELOLA RAKYAT
WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA (WALHI)**

Oleh

KETUA TIM PELAKSANA

JOACHIM DAVID MAGETANAPUANG, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0316086203

ANGGOTA TIM PELAKSANA

NIKEN SAVITRI ANGGRAENI, S.Sn, M.Ds
Drs. KRISTIANUS HARYANDI, M.Ds
WIN RICO, S.Ds, MM
AGUNG KURNIAWAN, S.Pd, M.Ikom

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI
JANUARI 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

PELATIHAN DESAIN KEMASAN UNTUK WILAYAH KELOLA RAKYAT WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA (WALHI)

1. Nama Mitra 1 : Wilayah Kelola Rakyat WALHI
Nama Mitra 2 : Sahabat Walhi

2. **Ketua Tim Pelaksana**
Nama : Joachim David Magetanapuang, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0316086203
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Bidang Keahlian : Desain Komunikasi Visual
Perguruan Tinggi : Universitas Persada Indonesia YAI
Alamat Kantor : Jl. Diponegoro 74, Jakarta Pusat
Alamat Rumah : Jl. H. Abdul Majid No. 17, Cipete Selatan,
Cilandak, Jakarta Selatan
Telp : 085880135860, 087878352537
Email : dvdjoachim@gmail.com

3. **Anggota Tim Pelaksana**
Jumlah Anggota : Dosen Tetap 3 (tiga) orang
Nama Anggota : 1. Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds
2. Drs. Kristianus Haryandi, M.Ds
3. Win Rico, S.Ds, MM
4. Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom

4. **Lokasi Kegiatan Mitra 1**
Wilayah Mitra 1 : Tegalparang Utara, Mampang
Kota : Jakarta Selatan
Propinsi : DKI Jakarta

Jarak PT ke Lokasi Mitra : 12 km

Lokasi Kegiatan Mitra 2

Wilayah Mitra 2 : Tegalparang Utara, Mampang

Kota : Jakarta Selatan

Propinsi : DKI Jakarta

Jarak PT ke Lokasi Mitra : 12 km

5. Luaran yang Dihasilkan : Perancangan kemasan yang ramah lingkungan memerlukan kreatifitas serta kualitas estetika desain yang tinggi
6. Waktu Pelaksanaan : 1 (satu) hari
7. Biaya Total : Rp. 1.500.000,-

Mengetahui

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Niken Savitri A, S.Sn, M.Ds

Jakarta, 11 Januari 2017

Ketua Pelaksana
Pengabdian Kepada Masyarakat



Joachim David M, S.Sn, M.Ds

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia YAI



Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si
115654

STRUKTUR LAPORAN

1. **Judul Kegiatan** : Desain Kemasan Untuk Wilayah Kelola Rakyat
2. **Nama Mitra 1** : Wilayah Kelola Rakyat WALHI
Nama Mitra 2 : Sahabat Walhi
3. **Jumlah Mitra** : 33 orang
4. **Pendidikan Mitra** : S1 (Strata Satu)
5. **Persoalan Mitra** : Desain Kemasan
6. **Status Sosial Mitra** : Sahabat Walhi Wilayah Kelola Rakyat
7. **Lokasi** : Tegalparang, Mampang, Jakarta Selatan
8. **Jarak PT ke Lokasi** : 12 km
9. **Sarana Transportasi** : a. Mobil
b. Angkutan Umum
c. Motor
10. **Sarana Komunikasi** : Telepon dan email
11. **Tim Pengabdian Masyarakat**
Jumlah Dosen : 5 orang (4 orang sebagai panitia pelaksana dan 1 orang merangkap pembicara)
Jumlah Mahasiswa : -
Gelar Akademik : S2
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Ilmu Komunikasi UPI YAI
12. **Aktivitas Kegiatan**

- Metode Kegiatan : Memberikan Penyuluhan Untuk Merancang Kemasan Ramah Lingkungan Dalam Rangka Promosi Produk Wilayah Kelola Rakyat
13. **Waktu Pelaksanaan** : 1 (satu) hari
14. **Tingkat Keberhasilan** : Berhasil
15. **Indikator Keberhasilan** : Para Sahabat Walhi sangat tertarik dalam mengikuti pelatihan
16. **Kelanjutan Kegiatan** : Selesai
17. **Biaya Program**
- DIPA DP2M : -
- Perguruan Tinggi : -
- Sumber Lain : Swadana Kelompok Rp. 1.500.000,-
18. **Likuidasi Dana Program**
- Tahap Pencairan Dana : Mendukung Kegiatan di Lapangan
- Jumlah Dana : Diterima 100%
19. **Kontribusi Mitra**
- Peran Mitra : Aktif
- Peranan Mitra : Menetapkan teknik pelaksanaan
- Alasan Kelanjutan : Keputusan bersama
20. **Usul Penyempurnaan Program Pengabdian Masyarakat**
- a. Usulan Kegiatan : Pelatihan intensif bagi pembina muda
- b. Anggaran Biaya : Ditingkatkan
- c. Dokumentasi : Dilengkapi
- d. Kegiatan yang bermanfaat dari berbagai perspektif : Pengajaran dan Pelatihan
- e. Potret permasalahan yang terekam : Peserta perlu diberi kesempatan untuk lebih mengembangkan diri melalui perancangan kemasan yang berbasis ramah lingkungan dengan kualitas estetika desain yang maksimal

f. Lain – lain : -

BAB I

PENDAHULUAN

1. Desain Kemasan Untuk Wilayah Kelola Rakyat

Kemasan merupakan salah satu elemen esensial bagi suatu *brand* dalam melakukan kampanye promosi maupun *branding* dengan fokus utama adalah meningkatkan citra (*image*) suatu *brand*. Perancangan kemasan membutuhkan suatu pendalaman konsep yang sinergi dengan citra suatu brand (*brand image*) yang ingin diposisikan dalam pola berpikir (*mindset*) *target audience* yang dituju.

Menurut Willey & Sons (2009), perancangan desain kemasan memiliki fokus utama pada perancangan wadah untuk suatu produk dengan pertimbangan komposisi warna yang harmonis, elemen-elemen grafis yang menarik serta bentuk kemasan yang unik dan disesuaikan dengan konten produk. Desain kemasan merupakan elemen utama sebagai identitas visual pendukung pemasaran (*marketing*) suatu *brand*.

Perusahaan manufaktur produk harus mempertimbangkan kerangka waktu yang sangat kritis dalam menarik perhatian konsumen ditengah *display* aneka ragam produk dalam kategori sejenis sehingga konsumen dapat dengan cepat mengambil keputusan untuk mengambil, mengamati serta mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Intinya adalah konsumen harus dapat segera mengenali produk tersebut.

Menurut Romanuck (2009), *retailer* tidak dapat membiarkan suatu produk berada terlalu lama dalam *display rack* karena dalam *display rack* berlangsung suatu persaingan produk yang sangat ketat sehingga harus melakukan pengembangan produk secara ekstra namun dalam konteks estetika dari segala sisi untuk dapat menarik perhatian konsumen.

Dalam pengembangannya desain kemasan tidak hanya dilihat dari elemen estetika tetapi lebih banyak pertimbangan teknis serta membutuhkan pengetahuan yang mendalam tentang proses cetak dan produksi. Proses cetak untuk kemasan

memiliki keterbatasan spesifik dan dibutuhkan pemahaman mendalam tentang proses produksi. Pemikiran terpadu dalam proses perancangan memiliki tujuan untuk menyatukan seluruh hambatan spesifik dalam keseluruhan proses.

Dalam desain kemasan dapat dikatakan bahwa desain kemasan produk yang menjadi ikon sepanjang masa adalah desain kemasan botol “Coca Cola”. Dirancang pada tahun 1913 oleh Alexander Samuelson dari Root Glass Company di Indiana, Amerika Serikat, kontur botol “Coca Cola” sangat spesifik.

Menurut Tortorici (2007), kontur botol “Coca Cola” dirancang sebagai bentuk kemasan spesifik untuk suatu produk yang spesifik sehingga pada saat konsumen mengambil botol yang berada dibawah tumpukan penuh es batu akan segera mengenali botol tersebut sebagai botol “Coca Cola” hanya dengan meraba kontur botol tersebut.

Perancangan kemasan produk merupakan bagian dari disiplin ilmu desain grafis dan dalam proses perancangan dilakukan dalam suatu sistematisa pola perancangan sebagai berikut :

1. *Clarity dan Simplicity*

Dalam perancangan kemasan selalu diawali dengan dua pertanyaan yang sangat spesifik yaitu **kegunaan produk tersebut** dan **brand dari produk tersebut** sehingga konsumen dapat segera mengenali produk tersebut secara jelas dalam konteks kemudahan serta kegunaannya dalam waktu yang sangat singkat. Sebagai ilustrasi dapat dijelaskan melalui dua jenis produk dibawah ini,



Gambar 1
Contoh Desain Kemasan Yang Sesuai Dengan Kriteria

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa desain kemasan produk tersebut diatas sesuai dengan kegunaan produk tersebut dalam bentuk visualisasi yang sangat spesifik.



Gambar 2
Contoh Desain Kemasan Yang Tidak Sesuai Dengan Kriteria

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa desain kemasan produk tersebut diatas tidak sesuai dengan kegunaan produk tersebut dalam bentuk visualisasi yang sangat spesifik karena secara sekilas konsumen akan melihat produk tersebut sebagai produk minuman bukan sebagai produk pembersih dan hal yang sangat berbahaya bagi konsumen adalah pada saat anak usia dini melihat produk tersebut dalam persepsi sebagai produk minuman dari sisi warna produk yang sangat menonjol.

Konteks **kejelasan** serta **kemudahan** dalam mengkomunikasikan kegunaan suatu produk dalam perancangan kemasan dapat dikatakan merupakan peranan penting dalam proses perancangan.

2. *Honesty*

Visualisasi suatu produk yang berada didalam suatu kemasan merupakan salah satu elemen pendukung terpenting dalam proses perancangan. Dalam korelasi menarik perhatian konsumen visualisasi produk dapat ditingkatkan untuk menggugah keinginan konsumen untuk membeli tetapi hanya dapat dilakukan dalam batasan tertentu

sehingga tidak mengurangi nilai produk yang berada didalam kemasan secara utuh.



Gambar 4
Contoh Produk Yang Tidak Sesuai Visualisasi Pada Kemasan

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa produk yang berada dalam kemasan (foto sebelah kanan), tidak sesuai dengan visualisasi produk yang ada pada desain kemasan sehingga dapat menumbuhkan tingkat kekecewaan yang tinggi pada konsumen pada saat membeli dan mengonsumsi produk.

3. *Authenticity*

Orisinalitas, karakter dan *memorable* merupakan elemen spesifik dalam perancangan kemasan dimana suatu *brand* melalui produknya harus dapat memperlihatkan diferensiasi serta otentisitas *brand* melalui desain kemasan yang sangat unik dan menarik.



Gambar 5
Contoh Otentisitas, Keunikan Spesifik Kemasan Rancangan Colin Porter Bell

Pada gambar 5 dapat dilihat desain kemasan suatu produk yang memiliki diferensiasi, keunikan serta otentisitas baik dalam bentuk maupun visualisasi pada kemasan.

4. *Shelf Impact*

Dalam persepsi konsumen suatu produk tidak pernah berdiri sendiri dalam display rack melainkan berada dalam kumpulan suatu kompetisi produk dalam kategori sejenis yang diatur dalam kolom dan lajur tertentu sehingga menimbulkan ketidakjelasan keberadaan suatu produk. Proses perancangan kemasan memerlukan pengamatan dan analisa mendalam tentang kondisi tersebut dalam penerapan untuk menentukan suatu pola desain yang unik, spesifik dan menarik sehingga konsumen dapat mengenali kemasan produk dari jarak pandang tertentu.



Gambar 6
Contoh Kondisi Penempatan Produk Dalam *Display Rack*

Pada gambar 6 dapat dilihat kondisi penempatan produk dalam lajur dan kolom tertentu pada *display rack* sehingga memerlukan pemikiran mendalam dalam proses perancangan kemasan sehingga kemasan suatu produk dapat tampil lebih menonjol dibandingkan produk kompetitor .

5. *Extensibility*

Proses perancangan kemasan pada dasarnya harus mempertimbangkan kemungkinan suatu produk akan diproduksi dalam beberapa varian namun tetap memiliki karakter desain kemasan yang unik dan spesifik.



Gambar 7
Contoh Desain Kemasan Dalam Penerapan Varian

Pada gambar 7 dapat dilihat desain kemasan suatu produk yang dapat dikembangkan dalam beberapa varian tanpa kehilangan otentisitas dan orisinalitas *brand*.

6. *Practicality*

Keunikan dalam suatu bentuk kemudahan memiliki nilai tambah (added value) dan daya tarik yang tinggi bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan untuk membeli dari konsumen.



Gambar 8
Contoh Transformasi Desain Kemasan Heinz

Pada gambar 8 dapat dilihat transformasi desain kemasan produk Heinz dengan lebih mengutamakan keunikan dalam bentuk kemudahan dimana dengan transformasi desain kemasan Heinz persepsi yang didapat oleh konsumen adalah mereka dapat mengkonsumsi suatu produk sampai habis tanpa tersisa.

Pada dasarnya perancangan kemasan adalah merupakan perpaduan kualitas orisinalitas suatu produk dalam meningkatkan performa penjualan sebagai suatu cara untuk meyakinkan konsumen dalam mengambil keputusan untuk “membeli” suatu produk.

2. Sahabat Walhi

Pengertian Sahabat Walhi adalah suatu komunitas remaja yang memiliki rasa kepedulian tinggi dalam melakukan pembinaan untuk mengembangkan tingkat ekonomi suatu wilayah komunitas melalui pemanfaatan sumber daya alam lokal melalui pengelolaan dan budidaya terpadu sehingga menjadi suatu produk konsumsi yang memiliki nilai ekonomis tinggi sekaligus pelestarian lingkungan.

Sahabat Walhi merupakan organisme yang unik dan selalu berkembang sesuai dengan tahap perkembangannya dalam korelasi dengan komunitas tertentu. Perkembangan Sahabat Walhi sebagai generasi muda yang selalu berkembang dalam seluruh aspek kepribadiannya namun tempo dan irama perkembangan masing-masing sahabat walhi pada setiap aspek tidak selalu sama terutama dalam segi kreativitas.

Sahabat Walhi merupakan suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan informal dan selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan utama sebagai sahabat walhi. Sebagai suatu komponen pendidikan informal pendekatan terhadap sahabat walhi dapat dilakukan melalui :

- a. Pendekatan sosial, Sahabat Walhi adalah generasi muda yang sedang dipersiapkan untuk menjadi anggota masyarakat yang lebih baik.

- b. Pendekatan psikologis, Sahabat Walhi merupakan suatu organisme yang sedang tumbuh dan berkembang.
- c. Pendekatan edukatif, pendekatan pendidikan menempatkan Sahabat Walhi sebagai salah satu unsur terpenting dalam perkembangan generasi muda yang memiliki hak dan kewajiban dalam rangka penyempurnaan sistem pendidikan informal menyeluruh dan terpadu.

Penyuluhan tentang perancangan desain kemasan sangat dibutuhkan bagi para Sahabat Walhi dalam korelasi dengan wilayah kelola rakyat terutama untuk peningkatan serta pengembangan kreativitas.

Melalui pelatihan perancangan desain kemasan bagi Sahabat Walhi dalam wilayah kelola rakyat diharapkan dapat tercapai :

1. Para Sahabat Walhi dapat memiliki keterampilan dan pemahaman tentang perancangan desain kemasan yang baik serta ramah lingkungan.
2. Para Sahabat Walhi dapat meningkatkan kreativitas dalam pengembangan perancangan desain kemasan yang sesuai dengan wilayah kelola rakyat.

3. Lokasi Mitra

Lokasi mitra berada di daerah Tegalparang, Mampang, Jakarta Selatan.



Peta Lokasi



4. Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan uraian di atas maka permasalahan yang dihadapi oleh Wilayah Kelola Rakyat dari Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) dapat dirumuskan sebagai berikut;

- a. Pola pemikiran konseptual para Sahabat Walhi dalam perancangan desain kemasan belum terpola secara sistematis .
- b. Kreativitas para Sahabat Walhi masih belum baik karena terbentuk dari pola otodidak
- c. Para Sahabat Walhi masih belum sadar akan fungsi desain kemasan sebagai media komunikasi dan promosi.

BAB II

KELAYAKAN TIM PELAKSANA PENGABDIAN MASYARAKAT DI WILAYAH KELOLA RAKYAT WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA (WALHI)

Kegiatan Pengabdian Masyarakat telah dilaksanakan dengan baik pada tanggal 9 Januari 2017 oleh Tim Pengabdian Masyarakat dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia, Yayasan Administrasi Indonesia (UPI-YAI).

Adapun kelayakan Tim Pelaksana Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) dapat dilihat dari pengalaman Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat, antara lain:

Pengabdian Masyarakat

1. Memberikan pemahaman tentang pola pemikiran konseptual yang baik dalam perancangan desain kemasan pada para Sahabat Walhi.
2. Memberikan pelatihan peningkatan kreativitas dalam perancangan desain kemasan yang baik
3. Memberikan pelatihan tentang efektifitas desain kemasan sebagai media komunikasi dan promosi.

BAB III
PELAKSANAAN KEGIATAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DI WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA (WALHI)

Judul : Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI)

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan di Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) merupakan salah satu kegiatan sebagai bentuk pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi dalam bentuk pengabdian masyarakat. Fokus utama dari kegiatan pelatihan tersebut adalah untuk meningkatkan kemampuan dalam bentuk *soft skill* dalam korelasi dengan pengembangan pemikiran konseptual serta peningkatan kreativitas bagi para Sahabat Walhi dalam perancangan desain kemasan bagi wilayah kelola rakyat.

Tahapan-tahapan kegiatan pelatihan secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Deskripsi Kegiatan

1. Observasi Lapangan dan Pengajuan Proposal Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian pada masyarakat diawali dengan melakukan pengamatan (observasi) pada tanggal 5 Desember 2016 melalui pertemuan dan diskusi dengan Direktur Eksekutif Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Nasional, Ibu Nur Hidayati ST bersama dengan Bapak Ferdinand Rachim dari Departemen Kampanye Kreatif WALHI bertempat di kantor pusat WALHI Nasional, Jl. Tegalparang Utara No. 14, Mampang, Jakarta Selatan.

Didalam pertemuan dilakukan pembahasan berbagai permasalahan terutama dalam korelasi dengan perancangan kemasan yang berkaitan dengan pengembangan produk budidaya alam pada Wilayah Kelola Rakyat yang merupakan wilayah dampingan WALHI. Menurut Bapak Ferdinand Rachim fokus utama adalah bagaimana memberikan pengarahan serta melatih kreativitas para Sahabat Walhi yang menjadi pendamping wilayah kelola rakyat dalam perancangan kemasan melalui kegiatan pelatihan sehingga produk yang dihasilkan dapat dikemas secara estetik, berkualitas, ramah lingkungan serta memiliki nilai jual yang baik dan mampu bersaing sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi wilayah kelola rakyat.

Berdasarkan dari hasil observasi dan diskusi yang telah dilakukan, pada tanggal 12 Desember 2016 kami tim Dosen Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat UPI YAI melakukan pertemuan internal di kampus tentang rencana kegiatan pengabdian masyarakat terutama untuk menentukan tema, tujuan serta fokus utama sesuai dengan permasalahan yang dihadapi terutama oleh para Sahabat Walhi wilayah kelola rakyat sebagai pelaksana pendampingan. Kami memutuskan untuk melakukan kegiatan pelatihan dengan fokus utama pada pembentukan pemikiran konseptual serta pengembangan kreativitas dalam perancangan desain kemasan produk wilayah kelola rakyat. Pada tgl. 19 Desember 2016 kami sampaikan apa yang menjadi rencana kegiatan tersebut kepada Ibu Nur Hidayati ST sebagai Direktur Eksekutif WALHI Nasional melalui telepon.

Pada tanggal 16 Desember 2016 kami bertemu kembali dengan Direktur Eksekutif serta Departemen Kampanye Kreatif WALHI Nasional untuk melakukan diskusi dengan fokus utama tentang kepastian pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fikom UPI YAI termasuk menentukan waktu serta tata cara pelaksanaannya dan diputuskan kegiatan akan dilaksanakan pada tanggal 9 Januari 2017 dikarenakan waktu sudah mendekati liburan panjang menjelang akhir tahun.

Selanjutnya tim dosen melakukan diskusi kembali dengan para dosen dan pembicara serta pihak pimpinan Fikom UPI YAI pada tanggal 22 Desember 2016 untuk lebih memantapkan lagi perencanaan dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

2. Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Indonesia (WALHI)

Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Tim Dosen Pengabdian Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fikom UPI YAI pada kantor Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), Jl. Tegalparang Utara No. 14, Mampang, Jakarta Selatan secara keseluruhan menghabiskan waktu 48 jam dengan rincian 19 jam untuk observasi dan persiapan, 11 jam diskusi kelompok, 12 jam pelaksanaan kegiatan pelatihan serta 6 jam dalam pembuatan laporan kegiatan.

Tema kegiatan pelatihan yang dilakukan adalah “Perancangan Desain Kemasan Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI)”. Dalam upaya pengembangan pemikiran konseptual serta peningkatan kreativitas para pembina muda pendamping wilayah kelola rakyat.

Alasan utama pengambilan tema tersebut diatas adalah karena sesuai dengan program pendampingan yang dilakukan para Sahabat Walhi pada setiap wilayah kelola rakyat dampingan Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), sehingga setiap wilayah kelola rakyat dapat memiliki produk yang berkualitas terutama dari sisi desain kemasan serta memiliki nilai ekonomis yang

baik dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi penduduk dalam setiap wilayah kelola rakyat

BAB IV

JADWAL ACARA DAN BIAYA KEGIATAN

Susunan acara yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut;

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Pukul 8.00 | Persiapan keberangkatan di kampus |
| 2. Pukul 9.00 | Berangkat menuju Lokasi |
| 3. Pukul 10.00 | Tiba di lokasi, persiapan kegiatan pelatihan |
| 4. Pukul 10.30 | Sambutan dan Pengarahan Direktur Eksekutif
WALHI Nasional |
| 5. Pukul 11.00-12.00 | Pelatihan Pemikiran Kreatif Konseptual |
| 6. Pukul 12.00-13.00 | Ishoma |
| 7. Pukul 13.00-16.30 | Pelatihan Desain Kemasan |
| 8. Pukul 16.30 | Penutupan |
| 9. Pukul 17.00 | Kembali ke kampus |

Pendanaan didapatkan dari swadaya kelompok dimana setiap peserta (dosen) memiliki kontribusi masing-masing sebesar Rp. 325.000,- sehingga terkumpul dana sebesar Rp. 1.500.000,- yang dimanfaatkan seoptimal mungkin oleh tim pelaksana untuk terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Laporan keuangan dan biaya terlampir

Pertemuan Awal



Diskusi Internal



Kegiatan Pelatihan





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan pada kantor Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) dengan tema ‘Perancangan Desain Kemasan Wilayah Kelola Rakyat Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI)’, telah berjalan dengan baik terlihat dari antusiasme para Sahabat Walhi pendamping wilayah kelola rakyat terhadap kegiatan pelatihan yang diberikan oleh para dosen program studi Desain Komunikasi Visual, Fikom UPI YAI, sehingga para Sahabat Walhi dapat meningkatkan pemikiran konseptual dan kreativitas.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memanfaatkan waktu sebanyak 48 jam (19 jam untuk observasi dan persiapan, 11 jam diskusi kelompok, 12 jam pelaksanaan kegiatan serta 6 jam pembuatan laporan kegiatan)

B. Saran

Dengan memperhatikan minat yang sangat besar dari para Sahabat Walhi maka disarankan kegiatan pelatihan sejenis dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

**LAPORAN PERTANGGUNG JAWABAN KEUANGAN
PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

**KEGIATAN PELATIHAN DESAIN KEMASAN
UNTUK WILAYAH KELOLA RAKYAT
WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA (WALHI)**

PEMASUKAN

Dana Mandiri (4 dosen) Rp. 325.000,- x 4 **Rp. 1.500.000,-**

PENGELUARAN

1. Backdrop Pelatihan		Rp.	300.000,-
2. Printout Materi Pelatihan	Rp. 20.000,- x 35	Rp.	700.000,-
3. Konsumsi	Rp. 40.000,- x 5	Rp.	200.000,-
4. Transportasi (bensin)		Rp.	100.000,-
5. Lain-lain		Rp.	<u>50.000,-</u>
	Total	Rp.	1.350.000,-

Sisa Anggaran

1. Pemasukan	Rp.	1.500.000,-
2. Pengeluaran	Rp.	<u>1.350.000,-</u>
	Sisa Dana Mandiri	Rp. 150.000,-

Jakarta, 11 Januari 2017



Joachim David M, S.Sn, M.Ds



WALHI

Wahana Lingkungan Hidup Indonesia

S E R T I F I K A T

DIBERIKAN KEPADA

JOACHIM DAVID M

ATAS PERAN SERTANYA SEBAGAI

KONSULTAN DESAIN

PELATIHAN DESAIN KEMASAN BAGI WILAYAH KELOLA RAKYAT
WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA

JANUARI 2017



NUR HIDAYATI ST

DIREKTUR EKSEKUTIF
WAHANA LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA