

PERANCANGAN BRANDING KEMASAN

PADA KUE LONTAR ASAL PAPUA

Safira Atha Ramadhani¹, Novian Denny Nugraha² dan Sri Soedewi³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,
Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu-Bojongsoang, Telkom University, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot,
Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
safiraramadhani@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Indonesia adalah sebuah negara berkepulauan, memiliki lebih dari 17.000 pulau, maka dari itu Indonesia juga memiliki keberagaman budaya yang sangat banyak dan unik. Salah satu ciri khas Indonesia adalah makanan khas-nya. Makanan khas daerah dapat merefleksikan identitas sosial seseorang, karena di dalamnya terdapat unsur-unsur budaya, seperti resep-resep tradisional. salah satu contohnya adalah Kue Lontar yang berasal dari Papua. Kue Lontar belum populer dikalangan masyarakat karena kurangnya dukungan media visual dalam memasarkan produknya. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya identitas produk yang tertera pada kemasannya. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media untuk mempromosikan produk kue Lontar Papua. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Sementara itu, analisis dilakukan menggunakan matriks dan SWOT untuk mengatasi permasalahan yang ada. Diharapkan, perancangan ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luas terhadap budaya Papua, terutama terkait Kue Lontar.

Kata kunci: Branding Kemasan, Kue Lontar, Papua

Abstract: Indonesia is an archipelago, with more than 17,000 islands, so it also has a huge and unique cultural diversity. One of the characteristics of Indonesia is its specialty food. Regional specialties can also reflect a person's social identity because they contain cultural elements, such as traditional recipes, one example is Kue Lontar from Papua. Kue Lontar has not been popular among the public due to the lack of visual media support in marketing its products. This problem is caused by the lack of product identity listed on the packaging. Therefore, it is necessary to design media that can promote papua lontar cake products. The method used is qualitative through observation, interviews, and literature studies. While the analysis methods used are matrix and SWOT to solve the problems experienced. It is hoped that this design will be able to increase the wider community about Papuan culture, especially Lontar Cake.

Keywords: Packaging Branding, Lontar cake, Papua

PENDAHULUAN

Karakteristik budaya memberikan identitas unik kepada suatu kelompok dengan menyoroti aspek-aspek budaya yang membuat mereka berbeda dari kelompok lainnya. Indonesia adalah sebuah negara berkepulauan, memiliki lebih dari 17.000 pulau, maka dari itu Indonesia juga memiliki keberagaman budaya yang sangat banyak dan unik. Namun, seiring berjalannya waktu ada beberapa faktor yang mengancam eksistensi budaya Indonesia, seperti: masuknya budaya barat ke Indonesia. Salah satu ciri khas Indonesia adalah makanan khas-nya. Makanan khas suatu daerah juga bisa menggambarkan jati diri seseorang karena makanan tersebut mengandung elemen budaya, seperti resep tradisional. Masakan daerah atau masakan tradisional adalah jenis makanan yang berkembang khusus di suatu wilayah, menggunakan bahan-bahan lokal dan resep yang sudah dikenal luas oleh masyarakat setempat.(Candra dkk., 2023). Dikarenakan kesesuaian dengan selera masyarakat setempat, makanan khas daerah sering menjadi ciri khas dari daerah tersebut. Sebagai bagian dari warisan budaya, hidangan khas daerah merupakan hasil dari resep yang diwariskan secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Kue lontar merupakan kuliner khas Papua yang menurut sejarahnya diperkenalkan oleh tentara Hindia Belanda yang menempati pulau tersebut sejak 1910 silam. Nama Kue Lontar diduga berasal dari bahasa Belanda, yaitu "ronde tart". Karena kesulitan pelafalan, penduduk setempat akhirnya menyebutnya "kue lontar". Kue ini dibuat dengan bahan utama seperti margarin, susu, vanili, dan terigu, dan dicetak menggunakan piring keramik. Kue Lontar belum populer dikalangan masyarakat karena kurangnya dukungan media visual dalam memasarkan produknya. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya identitas produk yang tertera pada kemasannya, sehingga konsumen kesulitan untuk memahami produk tersebut secara lengkap. Selain itu, upaya penyebaran informasi belum cukup efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, Kue lontar ini biasanya dijual di toko oleh oleh khas papua tetapi hanya menggunakan kemasan polos.

Kemasan terus berkembang dan mengalami perubahan seiring waktu. Kini, kemasan tidak hanya berperan sebagai wadah untuk menyimpan barang, tetapi juga sebagai alat untuk menjaga kualitas produk, memperpanjang masa simpan, dan menjamin keamanan. Selain itu, kemasan saat ini juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi produk seperti merek, dan menjadi elemen visual yang menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, penting bagi kemasan untuk memiliki daya tarik dan keindahan yang dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, ditemukan beberapa masalah yaitu kurangnya informasi mengenai kue lontar makanan khas Papua di Indonesia, lalu penjualannya yang belum mencapai masyarakat luas karena produk tersebut masih dijual dengan kemasan yang belum memiliki daya tarik dan pemasaran melalui media visualnya yang masih terbatas.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Dengan beberapa metode yang digunakan, yaitu:

Observasi

Metode observasi akan dilakukan pada kebudayaan Papua dan diaplikasikan terhadap kemasan Kue Lontar.

Wawancara

Pengumpulan data wawancara akan melalui sesi tanya jawab dengan pihak produsen kue lontar.

Studi Pustaka

Pengumpulan data studi pustaka akan dilakukan lewat jurnal, tesis, buku serta pendapat beberapa ahli sebagai bentuk penggalan data terhadap hal terkait yaitu kemasan Kue Lontar dengan tujuan untuk memahami lebih dalam topik dan pengaplikasian yang tepat.

HASIL DAN DISKUSI

Tahap Pengumpulan Data

Tahap pertama yang dilakukan penulis adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan pihak peodusen kue lontar, ahli praktisi kemasan, dan wawancara dengan target pasar.

1. Kue Lontar Micena

Kue Lontar Micena merupakan salah satu UMKM yang berasal dari Papua Barat, lokasi Kue Lontar Micena berada di kecamatan Melawei, Kota Sorong. UMKM ini berdiri pada tahun 2017, pada saat itu itu narasumber hanya menjual ke kerabat-kerabat terdekatnya saja melalui whatsapp dan tidak mempunyai karyawan, semua dilakukan sendiri. Pada saat ini Kue Lontar Mace Ina sudah berkembang dengan melakukan promosi via Instagram walaupun tidak terlalu efektif menurut narasumber dikarenakan masih kurangnya informasi tentang Kue Lontar ini baik di kalangan masyarakat papua ini sendiri maupun masyarakat luar papua. Proses pembuatan Kue Lontar ini bisa memakan waktu sekitar 1-2 jam lebih dengan cara pertama membuat kulit membutuhkan margarin, tepung terigu, dan ekstrak vanilli untuk isiannya menggunakan 6-8 kuning telur tergantung ukuran, air panas,

dan susu kental manis, adonan kulit digiling dicetakan kue Lontar dan ditusuk menggunakan garpu, lalu campurkan dengan bahan isi.

2. Ahli Praktisi Kemasan

Menurut Ika Kartikasari sebagai Ahli Praktisi Kemasan, kemasan yang menarik akan menjadi *point of purchase display* untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian tanpa perlu interaksi langsung dengan tenaga penjualan. Selain memperhatikan desain yang menarik dan unik perlu juga untuk memperhatikan hal-hal yang wajib ada di kemasan seperti BPOM, tanggal kadaluarsa, tanggal pembuatan, daftar bahan yang digunakan, dll. Narasumber mengatakan jika ingin membuat kemasan yang menarik harus pintar-pintar memilih warna yang sesuai dengan psikologi warna agar kemasan makanan terlihat lebih menarik dan menggugah selera, selain itu tipografi di kemasan juga sangat penting.

Dapat disimpulkan bahwa perancangan kemasan kue lontar dapat membantu mempromosikan kue lontar dan kebudayaan papua. Perancangan kemasan dengan memasukkan unsur kebudayaan papua dapat menyampaikan pesan dengan efektif. Dapat disimpulkan juga bahwa kemasan sangat berperan penting untuk menarik minat masyarakat dimana masyarakat sangat memperhatikan keunikan kemasan dan beberapa informasi penting yang tercantum di kemasan.

Tahap Analisis Data

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan saat wawancara dan juga media lainnya, beberapa narasumber tidak mengetahui kebudayaan Papua tetapi hanya mengenal destinasi liburan seperti Raja Ampat, yang dapat disimpulkan bahwa sebenarnya kebudayaan Papua masih belum dikenal oleh masyarakat. Kemasan Kue Lontar

Mace Ina dapat dikatakan masih memiliki beberapa kekurangan, karena belum memenuhi peraturan BPOM RI serta belum memiliki identitas visual di kemasannya karena masih menggunakan box polos.

Tahap Perancangan

Perancangan kemasan Kue Lontar Micena bertujuan untuk memperkenalkan makanan khas Papua Barat atau Fakfak dan untuk memperkenalkan kebudayaan Papua. Konsep pesan yang ingin disampaikan yaitu Kue Lontar Mace Ina membutuhkan kemasan yang autentik dan memiliki daya tarik yang kuat, di perancangan kemasan Mace Ina ini akan menonjolkan karakter produk dengan ilustrasi tari titir khas fakfak, rumah adat khas papua, dan wisata papua. Warna yang akan digunakan adalah merah dan kuning, karena warna merah dapat menstimulasi nafsu makan dan meningkatkan energi sedangkan warna kuning berkaitan dengan keceriaan dan sangat menonjol di rak toko.

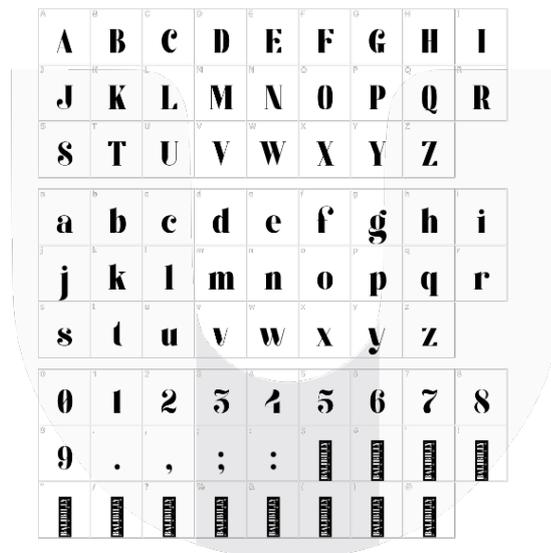
Menarik perhatian, unik, dan mudah untuk diingat masyarakat, maka perancangan harus dibuat semenarik mungkin dengan identitas budaya papua yang kuat. Elemen yang digunakan dalam pembuatan kemasan ini yaitu beberapa elemen papua yang ikonik seperti tifa, rumah adat papua, wisata alam, serta elemen papua lainnya dan sedikit sentuhan motif khas suku Asmat.



Gambar 1. Unsur Visual Budaya Papua Barat

Sumber: Pribadi, 2024

Pada perancangan kemasan Kue Lontar Micena ini menggunakan font jenis kage untuk menambah kesan elegan pada kemasan Kue Lontar Micena. Tipografi pada kemasan merupakan elemen penting dari ekspresi visual produk. Keputusan dalam pemilihan jenis huruf, susunan teks, dan penggunaan kata-kata sangat berpengaruh terhadap kemudahan pembacaan. Tipografi yang digunakan dalam desain kemasan harus memenuhi standar tertentu, termasuk kemudahan pembacaan dari jarak tertentu, penyesuaian dengan skala dan dimensi kemasan, keterbacaan yang mudah dipahami oleh target audiens dengan berbagai latar belakang budaya, dan kejelasan dalam menyampaikan informasi produk.

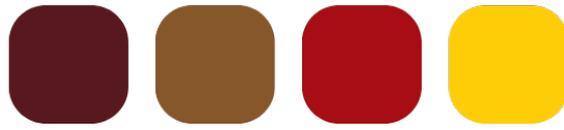


Gambar 2. Font Kage

Sumber: Pribadi, 2024

Warna-warna yang akan digunakan dalam perancangan kemasan Kue Lontar Micena adalah warna merah, kuning, dan coklat, warna-warna tersebut merupakan warna yang banyak dijumpai di

batik khas papua, serta warna-warna ini adalah warna yang kontras dan dapat membantu menarik perhatian masyarakat.



Gambar 3. Konsep Warna

Sumber: Pribadi, 2024

Logo Kue Lontar Mace Ina merupakan penggabungan antara *logogram* dan *logotype*. Logo menggambarkan Kue Lontar berwarna merah sesuai dengan *color palette*.



Gambar 4. Logo Micena

Sumber: Pribadi, 2024

Hasil Perancangan



Gambar 5. Struktur Kemasan Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 6. Desain Kemasan Micena

Sumber: Pribadi, 2024



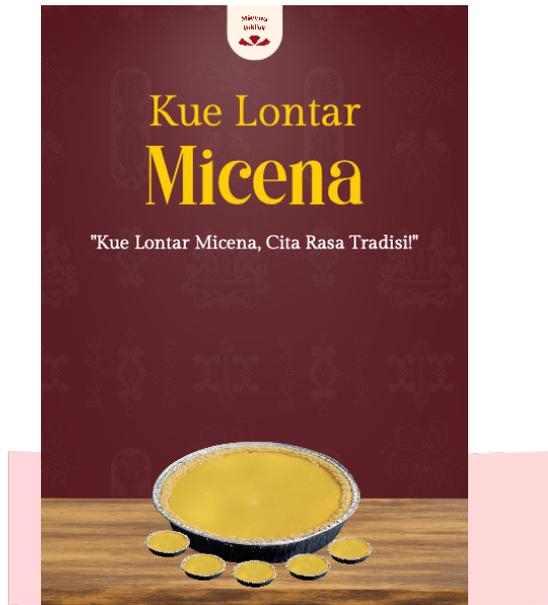
Gambar 7. Mockup Kemasan Premium Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 8. Mockup Kemasan Reguler Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 9. Poster Micena

Sumber: Pribadi, 2024



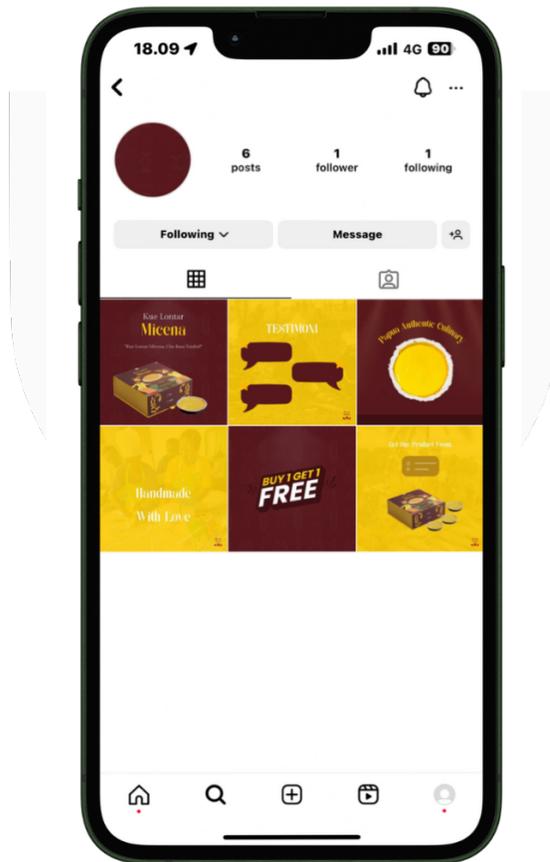
Gambar 10. X Banner Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 11. Feeds Instagram Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 12. Mockup Instagram Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 12. Gelas Merchandise Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 13. Sticker Merchandise Micena

Sumber: Pribadi, 2024



Gambar 14. Akrilik Merchandise Micena

Sumber: Pribadi, 2024

KESIMPULAN

Setelah melalui berbagai tahapan seperti mengidentifikasi sebuah masalah, mengumpulkan data-data, dan menganalisis masalah, Kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung, tetapi juga sebagai medium untuk membedakan suatu produk dari yang lain. Selain itu kemasan juga berfungsi sebagai media promosi, melalui kemasan produsen dapat mengkomunikasikan pesan kepada audiens yang dituju. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat pembeli dengan memperkuat kepercayaan mereka terhadap produk dan membuatnya berbeda dari produk sejenis di pasaran.

Merancang kemasan baru untuk Kue Lontar adalah salah satu upaya untuk memperbaiki kemasan yang sudah ada dengan tujuan agar Kue Lontar menjadi lebih menarik. Perancangan kemasan menghasilkan kemasan dengan desain berupa penggabungan unsur budaya Papua yang diharapkan masyarakat luas lebih mengenal kebudayaan Papua.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Candra, M. A., Enjeladinata, O. V., & Widana, M. R. (2023). Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea . *Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea , Vol. 2*.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). *Packaging design: successful product branding from concept to shelf*. Wiley.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran (11 ed.)*. PT. Indeks Gramedia.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Andi.
- Kusumoputri, R. A., & Nugraha, N. D. (2019). Perancangan Identitas Dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila Pt.indoachery Bangun Insan Sejahtera. *Perancangan Identitas Dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila Pt.indoachery Bangun Insan Sejahtera, Vol. 6(No. 2)*.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan merancang strategi merek*. PT Remaja Rosdakarya.