

Perancangan Desain Kemasan Dange Kuliner Khas Kabupaten Pangkep

Gusti Putu Ardiasa¹, Sukarman B², Aswar³ Fakultas
Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk membuat sebuah desain kemasan yang informatif, komunikatif, melindungi dan menambah nilai estetis pada produk *Dange* sebagai panganan khas Kabupaten Pangkep

Hasil data diperoleh dari studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap produsen dan konsumen perancangan ini ditujukan untuk kalangan masyarakat kisaran umur 20 tahun keatas. Perancangan ini diawali dari tahap analisa data, pembuatan konsep, proses sketsa, proses perancangan, hasil rancangan, uji kelayakan hingga tahap finalisasi dalam bentuk kemasan

Manfaat, selain produk dapat terlindungi dengan baik dengan adanya rancangan yang informatif dan komunikatif pesan yang disampaikan mudah dipahami dan dimengerti, serta dengan adanya nilai estetis diharapkan produk dapat bersaing dalam dunia pasar

Kata kunci: Perancangan, Desain Kemasan, Dange, Kuliner Khas, Kabupaten Pangkep.

ABSTRACT

This design supports the creation of informative, communicative, approved packaging designs and adds value to Dange products as a typical snack in Pangkep Regency.

The results of data obtained from literature studies, observations, interviews and documentation of producers and consumers of this design are designed for the community in the range of 20 years and above. The design above is from the results of data analysis, conceptualization, sketching process, design process, design results, feasibility testing until the finalization stage in the form of packaging.

Benefits, in addition to the product being well protected with an informed and communicative design, the message conveyed is easily understood and understood, and with the aesthetic value expected the product can compete in the world market.

Keywords: Design, Packaging Design, Dange, Typical Culinary, Pangkep Regency

1 Mahasiswa Program Studi DKV FSD UNM, email :Gusticrusher027@gmail.com.

2 Pembimbing I : Sukarman B, email : sukarmanb@unm.ac.id

3 Pembimbing II : Aswar, email : aswar_saini@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dange merupakan jajanan yang menjadi ciri khas di Kabupaten Pangkep berbahan dasar tepung ketan, parutan kelapa, dan gula merah. Pada awalnya *Dange* hanya dibuat pada saat ada acara-acara tertentu, seperti acara menyambut musim tanam padi.

Jajanan ini memiliki kesamaan bentuk dengan kue pukis, perbedaan kue *Dange* dan kue pukis, *Dange* memiliki tekstur yang kasar dikarenakan bahan dasar *Dange* yang menggunakan bahan tepung ketan, parutan kelapa dan gula merah yang telah diparut kecil-kecil, lalu diolah secara langsung, sehingga tampilan pada *Dange* sedikit kasar. Memiliki ukuran sedikit lebih besar dibandingkan kue pukis. *Dange* yang dikenal dengan rasanya yang manis, sangat digemari oleh para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan domestik.

Namun sangat disayangkan apabila kuliner *Dange* yang sangat digemari oleh pengunjung sekaligus menjadi jajanan ciri khas Kabupaten Pangkep ini, belum dikemas dengan baik, kemasan yang digunakan tidak dapat bertahan lama pada saat mengemas produk, dikarenakan produk selalu dihidangkan dalam kondisi hangat, yang menyebabkan kemasan menjadi lembek akibat kelembaban yang dihasilkan oleh produk dan mudah robek.

Secara tidak langsung akan berpengaruh pada kenyamanan konsumen saat membawa produk, serta kurangnya informasi yang terdapat pada kemasan menyulitkan konsumen untuk mengetahui informasi mengenai produk *Dange*. Selain itu, kemasan tidak mampu melindungi produk dengan baik, serta kurangnya nilai estetika yang terdapat pada kemasan. Itu semua terjadi dikarenakan kurangnya perhatian produsen mengenai pentingnya kemasan pada sebuah produk yang mereka jual. Hingga saat ini *Dange* hanya dikemas menggunakan kemasan yang sifatnya

umum digunakan oleh penjual- penjual makanan, seperti kotak makanan.

Dalam hal ini untuk menjaga kelestarian kebudayaan khas daerah yang telah ada sejak turun temurun, yaitu dengan cara membuat sebuah desain kemasan yang dimana kemasan ini nantinya memenuhi kriteria layaknya kemasan yang khas, dapat menjaga dan melindungi produk dengan baik, serta menambah nilai estetika pada rancangan kemasan yang mampu meningkatkan minat beli konsumen. Maka dari itu pada perancangan ini memilih judul yang tepat yakni **“Perancangan Desain Kemasan *Dange* Kuliner Khas Kabupaten Pangkep”**

Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan perancangan ini adalah

1. Merancang desain kemasan *Dange* yang fungsional, memiliki nilai estetika, dan komunikatif.
2. Merancang desain kemasan yang mampu melindungi produk dengan baik.
3. Merancang desain kemasan yang informatif.

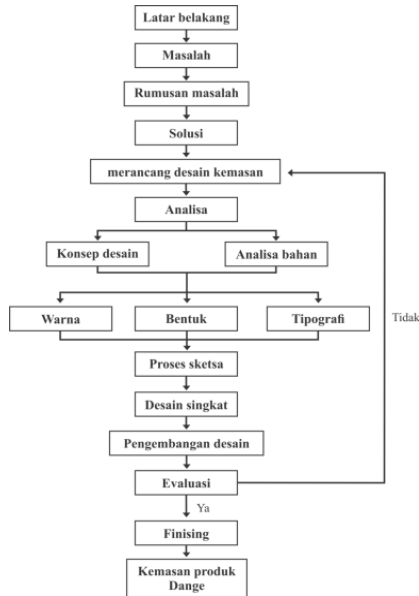
Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dalam perancangan desain kemasan ini baik bagi produsen, konsumen dan penulis. Berikut manfaat yang dimaksud:

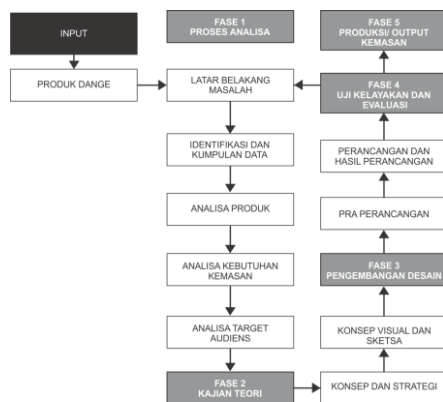
1. Manfaat bagi konsumen, produk yang mereka beli aman serta mempermudah konsumen dalam membawa produk yang mereka beli dan dengan adanya nilai estetika menambah rasa percaya diri konsumen dalam membawa jajanan khas daerah ini
2. Manfaat bagi produsen, produk yang mereka jual sampai ke tangan konsumen dengan baik serta dengan adanya nilai estetika dapat mempercantik tampilan dari produk yang mereka jual
3. Manfaat bagi penulis yakni menambah wawasan sekaligus

pengalaman dalam merancang desain kemasan sesuai dengan prosedur

Krangka Berfikir



Skema Perancangan



Metode Perancangan

Perancangan kemasan ini menggunakan metode:

Data Primer

Data diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung kepada Yasid anak dari Borahima Rasyid dan Mardawiah Dg Simba selaku anak dari ketua pengusaha Dange, dimana tujuan dari observasi dan wawancara ini guna untuk mendapatkan informasi yang

benar mengenai produk, mulai dari perkembangan produk, masalah yang di miliki produk. serta dokumentasi yang di lakukan pada saat pengambilan data

Data Skunder

Data yang diperoleh dari studi literatur seperti buku-buku media internet dan dokumentasi yang sudah ada

Metode Analisa

Analisis SWOT

Dimana dengan menggunakan metode ini nantinya mampu meminimalisasi kelemahan pada produk yang akan dirancang dan mengoptimalkan sisi positif yang dimiliki produk. meningkatkan kelebihan yang dimiliki produk baik dari segi kekuatan (*Strength*), dan meminimal kan kelemahan (*Weakness*), memanfaatkan peluang (*opportunity*) dan mengantisipasi ancaman (*Threat*) yang dianggap dapat menghambat pelaksanaan perancangan. Berikut merupakan penjabarannya:

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Produk sangat mudah ditemukan
2. Memiliki lokasi atau tempat pemasaran yang strategis, yakni dipinggir jalan poros Makassar Pare-pare.

b. Kelemahan (*Weaknes*)

1. Kemasan yang digunakan tidak dapat melindungi produk dengan baik, kemasan mudah robek akibat bahan kemas yang digunakan terlalu tipis.
2. Tidak memiliki kemasan yang khusus, pada saat dibeli produk hanya dikemas menggunakan kemasan kotak yang sifatnya umum digunakan oleh penjual makanan lain, seperti kotak makanan.

c. Peluang (*Opportunity*)

1. Dari segi lokasi pemasaran yang strategis, produk sangat mudah ditemukan, sehingga adanya peluang untuk bersaing dengan produk yang menjadi kompetitor dalam rancangan ini.

- d. Ancaman (*Threat*)
1. Jajanan tradisional yang sejenis seperti kue pukis, bangea dan bolu cuke menjadi pesaing yang sangat unggul dalam segi penjualan dan tampilan produknya.
 2. Kurangnya promosi mengenai produk sehingga sulit untuk menanamkan *brand* dimasyarakat.

Analisis tabulasi

Dalam analisis ini menggunakan table-tabel, sebelum itu penulis membuat sebuah ringkasan dan menghimpun semua data. Tujuannya untuk memudahkan peneliti dalam proses analisa data. Analisa ini nantinya akan digunakan selama proses perancangan. Berikut beberapa aspek yang akan di analisis seperti bentuk kemasan, bahan, ukuran dan lain-lain yang menyangkut tentang perancangan kemasan.

Target Audience

Sasaran atau target audiens yang ingin dituju dalam perancangan ini meliputi beberapa aspek segmentasi baik secara:

1. Geografis: Berdasarkan segmentasi geografis yakni menentukan lokasi target yang ingin dituju yaitu daerah Kabupaten Pangkep dan sekitarnya. Serta wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan domestik yang berkunjung ke Kabupaten Pangkep.
2. Demografis: Target berdasarkan segmentasi demografi merupakan kalangan orang tua dan dewasa, yang gemar dengan makanan-makanan tradisional. berikut penjabarannya, umur 20 tahun keatas, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, semua agama, dari segi profesi mencakup semua profesi, dan terkhusus kepada orang yang gemar terhadap kuliner khas daerah.
3. Psikografis: Berdasarkan segmentasi psikografis, adapun kelas sosial yang ingin dituju yakni masyarakat

yang ekonominya menengah kebawah.

Konsep Desain

1. Konsep materi komunikasi

Berhubung produk yang akan dirancang desain kemasan merupakan produk lokal dari Kabupaten Pangkep, maka dapat ditentukan konsep yang akan digunakan yakni berciri lokal, dan pada masa di jaman moderen seperti sekarang ini terdapat banyak jenis bahan kemas yang dapat digunakan. Maka dapat disimpulkan konsep yang akan digunakan yakni berciri lokal dan bergaya modern. Ciri lokal, menampilkan visualisasi produk pada tampilan kemasan sehingga mudah untuk dipahami jenis produk yang dikemas serta penerapan warna pada kemasan nantinya akan diambil baik dari produk, bahan serta alat yang digunakan dalam pembuatan produk yang nantinya juga disesuaikan pada target audiens, tujuan dari penyesuaian tersebut kiranya mampu meningkatkan minat beli pada konsumen. Bergaya modern, dalam hal pemilihan jenis bahan kemas akan disesuaikan pada bahan kemas yang tren dimasa kini yang nantinya juga akan disesuaikan dengan pertimbangan-pertimbangan harga dari bahan kemas yang digunakan agar tidak berpengaruh signifikan terhadap harga produk.

a. Merek

Pembuatan merek nantinya akan diambil dari nama produk itu sendiri yakni dari kata "*Dange*" dan "*Pangkep*" yang menjelaskan lokasi keberadaan produk. menggunakan kata "*Dange Pangkep*" dikarenakan nama tersebut mudah untuk diingat dan tidak asing lagi ditelinga konsumen penggemar jajanan tradisional khas Kabupaten Pangkep. Disamping itu jajanan ini dikenal dengan warung/kios

nya yang seperti kereta, yang lokasinya tepat di pinggir jalan poros Makassar- Pare-pare. Penggunaan kata *Dange* Pangkep nantinya akan dikolaborasikan dengan ikon berupa kios yang menjadi ciri khas tempat penjualan produk *Dange*.

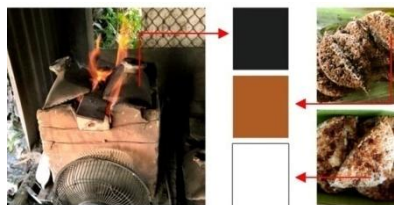
b. Slogan

Pada rancangan ini, ingin menanamkan dalam benak konsumen bahwa produk yang dikemas memiliki ciri citarasa yang manis, citarasa yang manis ini nantinya akan diartikan kedalam bahasa bugis yakni "*Macenning*". Dikarnakan produk berbahan dasar kelapa, tentunya produk ini memiliki rasa gurih yang nantinya akan diterapkan menggunakan bahasa khas bugis, yakni "*malunra*" maka jika digabungkan, branding yang akan digunakan dalam rancangan ini adalah "*Macenning na Malunra*" yang artinya manis dan gurih.

2. Konsep komunikasi visual

a. Konsep warna

Berdasarkan analisa, warna yang akan digunakan diambil dari produk *Dange* dan alat tradisional yang digunakan pada saat proses pembuatan produk, seperti pada gambar dibawah:



Warna hitam melambangkan kebijaksanaan, keberanian, elegan, kesempurnaan dan kemewahan. Warna coklat memiliki makna hangat, manis

dan setia, menggambarkan ciri dari citarasa yang dimiliki produk *Dange*. Warna putih melambangkan dari kemurnian, kesegaran, kesucian dan kebersihan, putih merefleksikan cahaya dan membuat warna disekitarnya lebih menonjol, dalam hal ini penerapan warna pada teks keterangan yang terdapat pada kemasan akan menggunakan warna putih dan hitam, sehingga dapat terlihat dengan jelas.

b. Konsep bentuk

Berdasarkan analisa faktor-faktor dalam desain kemasan, seperti faktor pengamanan, faktor pendistribusian dan faktor ergonomi, maka dapat ditentukan bentuk kemasan yang akan digunakan yakni persegi panjang, selain mudah dipegang, menyusun kemasan pada rak penjualan lebih rapi dan tidak memakan banyak spasi kosong pada saat disusun.

Konesp bentuk kemasan siap di rakit sebelum digunakan, pada kemasan terdapat penutup, bagian penutup pada kemasan memiliki ketinggian yang sama dengan badan kemasan, sehingga dapat melindungi produk dengan baik.

c. Konsep tipografi

Jenis *font* atau tipografi yang akan digunakan pada rancangan desain kemasan ini adalah:

- 1) Tipografi pada slogan adalah "*Edwardian*", dimana tipografi jenis ini mewakili tulisan tangan atau kaligrafi yang indah.



- 2) Tipografi pada Body teks adalah “future Md BT”, tidak ada kontras atau penekanan, dimana jenis *font* ini mudah untuk dibaca sehingga mempermudah konsumen dalam membaca keterangan yang terdapat pada kemasan.

ABCDEFGHIJKLMNPO
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ~!@#\$%^&*{

- 3) Tipografi pada Merek adalah “Aharoni” dimana jenis font ini mendekati karakter dari produk. sedikit kekontrasan antara goresan tebal dan tipis, yang kemudian diberikan sedikit penekanan sehingga memiliki sedikit kesamaan bentuk dari produk. ketinggian-x yang cukup tinggi (ketinggian huruf kecil), serta pemberian sedikit lengkungan agar terlihat menarik.

ABCDEFGHIJKLMNPO
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 ~!@#\$%^&*{

- d. Konsep ilustrasi
 Dengan cara menampilkan produk yang dikemas sesuai dengan kenyataan yang ada pada tampilan kemasan. secara tidak langsung konsumen dengan mudah mengetahui dan memahami isi yang terdapat dalam kemasan. maka dapat ditentukan jenis ilustrasi yang akan di gunakan adalah ilustrasi foto (*digital*).

Strategi perancangan

1. Strategi kreatif
- a. Strategi visual
 Dengan kehadiran elemen visual yang terdapat pada kemasan yang di susun sedemikian rupa guna untuk mencapai tujuan komunikasi produk, merupakan salah satu cara yang dapat digunakan sebagai alternative penghubung antara produsen dan konsumen.
 Penggabungan elemen-elemen visual yang baik mampu mneghasilkan desain kemasan yang menarik, seperti yang telah dibahas sebelum nya penerapan visual pada rancangan ini menggunakan teknik fotografi (*digital*) yang dimana menggambarkan objek sesuai dengan kenyataan yang ada, sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh konsumen jenis produk yang di tawarkan.

2. Strategi media
- a. Media kemasan
 Pada media kemasan menggunakan kertas yang tebal agar dapat menjaga kualitas produk, melindungi selama pendistribusian dan sebagainya. dilihat dari sisi perlindungan, maka dapat ditentukan material yang akan digunakan yakni kertas dupleks 310 gram. Dan dilaminating dof
- b. Media pendukung
- 1) *Paper bag*
 Tas yang terbuat dari kertas, digunakan sebagai tempat kemasan produk *Dange* yang telah dibeli, agar lebih aman pada saat dibawa.
- 2) Piring
 Berbahan keramik, digunakan untuk menyediakan jajanan yang dikonsumsi langsung dilokasi tempat penjualan produk

Dange.

- 3) Gelas
Berbahan keramik,
digunakan untuk
menyediakan minuman
setelah mengkonsumsi
produk *Dange*.

c. Media promosi

1) Banner

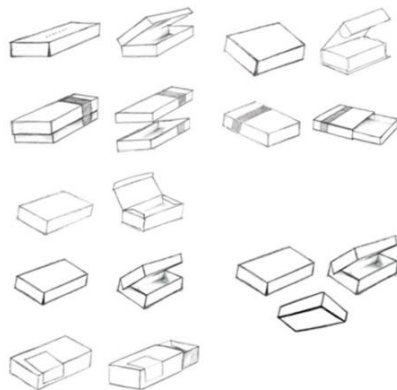
Nantinya dipasang pada saat display kemasan, bisa juga dipasang di depan toko tempat penjualan produk *Dange*. Adapun bahan dari banner menggunakan bahan *Albatros* dengan menggunakan teknik cetak printing.

PEMBAHASAN PERANCANGAN DAN HASIL

Eksplorasi visual/*visual exploration/ sketching*

1. Sketsa bentuk kemasan

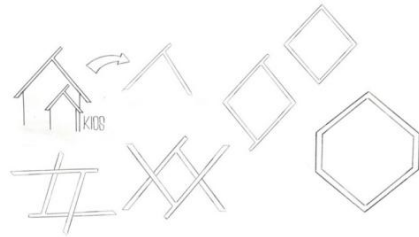
Berdasarkan konsep sebelumnya, pada sketsa bentuk kemasan, memilih bentuk persegi panjang, berikut beberapa eksplorasi sketsa bentuk kemasan persegi panjang:



2. Sketsa logo

Berdasarkan konsep sebelumnya, Pembuatan logo terinspirasi dari kiso-kios yang ada dipinggir jalan, dimana kios itu merupakan tempat penjualan *Dange*, berikut

merupakan sketsa logo:



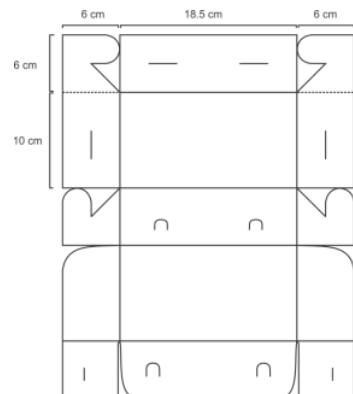
3. Warna

Pemilihan warna diambil dari produk itu sendiri yakni produk *Dange* serta alat yang digunakan untuk membuat produk, berikut warna yang akan diterapkan pada rancangan desain kemasan:



4. Digitalisasi kemasan

Pada rancangan kemasan menggunakan kertas yang tebal, sehingga kemasan lebih kuat, berikut merupakan pola kemasan yang akan diterapkan pada rancangan kemasan *Dange*, baik pada *Dange* putih maupun *Dange* hitam :



Setelah pola kemasan telah terbentuk, selanjutnya masuk ketahap proses editing penyatuan elemen-elemen visual berdasarkan analisa sebelumnya:



Hasil

1. Media kemasan

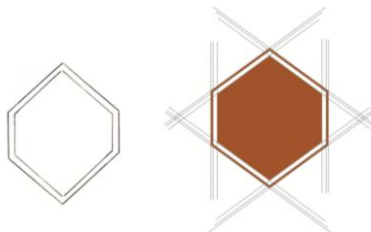
Selanjutnya masuk ke tahap proses *digital printing* layout kemasan pada kertas duplex, setelah itu masuk ke tahap perakitan kemasan secara manual. Berikut *mocup* kemasan:



5. Digitalisasi nama Brand/logo

Berdasarkan konsep dan analisa sebelumnya, jenis tipografi yang akan digunakan pada logo gram, yakni "Aharoni" dimana jenis font ini mendekati karakter dari produk, kontras, dan diberikan sedikit penekanan agar terlihat lebih menarik.

Pemberian warna juga di dasari pada konsep sebelumnya, warna pada logo sebaiknya mencerminkan produk itu sendiri. Pada tahap ini penerapan warna pada logo memilih warna coklat yang memiliki makna manis, seperti citarasa yang dimiliki produk *Dange*.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Merancang desain kemasan yang fungsional memilih bahan kemas dengan ketebalan 310 gram agar dapat menjaga produk dengan baik, kemasan tidak mudah susut selama mengemas produk serta melindungi dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti benturan dan lain sebagainya yang mengakibatkan kerusakan pada produk.

fungsi estetis memperindah tampilan produk dari segi tampilan visual, tampilan visual meliputi warna yang

diambil dari produk dan alat yang digunakan dalam membuat produk *Dange* serta penerapan ilustrasi yang menggunakan teknik fotografi digital dimana menampilkan foto produk sesuai dengan kenyataan yang ada pada kemasan dengan tujuan mempermudah konsumen dalam mengenal dan memahami jenis produk yang dikemas.

Informatif, sesuatu yang bersifat memberikan informasi pada kemasan seperti simbol-simbol yang menjelaskan simpanlah ditempat yang sejuk, jangan di bolak-balik, kemasan bersifat ramah lingkungan, setelah digunakan buanglah sampah pada tempatnya. Keterangan komposisi dan cara penyajian.

Komunikatif, pada tampilan visual kemasan memilih teknik ilustrasi fotografi digital yang dikolaborasi dengan penerapan logo *Dange* Pangkep dengan tujuan agar mudah dipahami dan dimengerti jenis produk dan darimana produk di produksi.

Saran

Dalam hal ini, kemasan termasuk media yang memiliki peranan sangat penting dalam membangun sebuah usaha kategori makanan dan minuman, namun dalam hal ini penting juga bagi pengusaha atau produsen untuk memiliki identitas usaha yang kuat, digunakan secara tepat dan konsisten, sehingga *brand* maupun produk mampu masuk dibenak konsumen lebih mendalam, dengan diimbangi strategi pemasaran yang baik.

Daftar pustaka

Cenedi, Suharto, Christine, 2000. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran: Universitas Kristen Petra.

Jaswin M. 2008. *Packaging Materials And Its Applications*. Di Dalam: Lestari S A D. 2013. Redesain Kemasan Produk Makanan Ringan “Aneka Gorengan Super 2 R”. Skripsi. Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Semarang.

Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006.

Teknologi Pengemasan. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera

Kotler, Philip. 1995 *Management Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Klimchuk, Rosner, Mariane and Krasovec, Sandra A. 2006. *Desain Kemasan* Jakarta: Erlangga.

Mengenal apa itu segmentasi pasar, manfaat dan contohnya, (Online), (Jurnalmanajemen.com/segmentasi-pasar/ Di akses: 09 Mei 2018 Pukul 20:28 Wita)

Swstha, Basu. 1980. *Management Penjualan*. Yogyakarta: Liberty.

Said, Azis, Abdul. 2016. *Dasar Desain Dwi Matra*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

Said, Azis, Abdul. 2016. *Desain Kemasan*: Universitas Negeri Makassar

Saladin, Djaslim. 1996. *Ringkasan Praktis Teori dan Disertasi Tanya Jawab: Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Management Pemasaran*. Bandung: Manddar Maju.

Nafisah, Syifaun, 2003, ”pengertian perancangan”
<https://duniapengetahuan2627.blogspot.com/2013/02/defenisi-perancangan-adalah.html?m=1>, di akses pada 13 agustus 2018 pukul 11.00 WIB

