

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jajanan tradisional adalah makanan tradisional Indonesia seperti kue atau makanan tradisional yang khas dari berbagai daerah yang ada di Indonesia yang di jual di pasar, khususnya di pasar-pasar tradisional. Jajanan pasar yang di jual di pasar tradisional banyak macamnya karena setiap daerah pasti memiliki makanan khas yang menjadi identitas dari daerah tersebut seperti makanan Jawa yang identik dengan rasa manis dan masakan Sunda yang identik dengan rasa pedas dan lain sebagainya. Meski sudah banyak makanan luar negeri yang bermunculan di Indonesia seperti burger, pizza, hotdog dan lainnya namun jajanan pasar masih menjadi makanan favorit dan masih banyak diminati dikalangan masyarakat Indonesia khususnya saat ada hajatan seperti acara pernikahan ataupun arisan ibu-ibu bahkan saat ada pengajian di kampung-kampung masih berlaku menghadirkan jajanan pasar kepada para tamu undangan. Selain rasanya yang enak serta jenisnya yang beraneka ragam dan harganya yang mudah terjangkau. Jajanan pasar maka dapat melestarikan serta memperkenalkan kepada generasi penerus tentang jajanan pasar makanan tradisional khas daerah masing-masing.

Jajanan pasar nama lain dari kue-kuean (basah dan kering) yang diperjualbelikan di pasar, khususnya di pasar-pasar tradisional. Dalam pengertian lain, adalah berbagai macam kue yang pada awalnya

diperjualbelikan di pasar-pasar tradisional. Meskipun telah banyak beredar makanan instan dan modern bahkan impor dari luar negeri, jajanan pasar masih tetap digemari karena beberapa alasan, antara lain harganya yang relatif terjangkau dengan rasa yang enak, dan ada banyak pilihan beragam yang disediakan.

Kue merupakan makanan ringan yang di buat dari campuran berbagai bahan pangan dan memiliki bentuk dan jenis yang beraneka ragam. Pada awalnya, kue merupakan istilah yang di gunakan untuk menyebut panganan tradisional atau oriental. Kue bermula dari kata **kueh** yang berasal dari bahasa cina dalam dialek Hokkien. Lalu kata itu di serap kedalam bahasa melayu dan menjadi kue untuk lidah orang Indonesia atau kuih dalam dialek melayu. Mengenal 2 jenis kue yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda. Kedua jenis kue tersebut adalah:

1. Kue basah

Kue basah merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut kue yang bertekstur lembut, empuk dan relatif basah. Kue jenis ini biasanya memiliki umur simpan yang pendek karena kadar airnya tinggi di bandingkan kue-kue yang lain. Kue basah identik dengan kue tradisional atau kue oriental. Hal ini karena umumnya kue tradisional terbuat dari tepung beras, gula, dan santan, sehingga lekas basi. Kue basah biasanya dimasak dengan cara dikukus, direbus, atau digoreng.

2. Kue Kering

Kue kering merupakan istilah yang di gunakan untuk menyebut kue yang teksturnya keras dan renyah karena memiliki kadar air yang sangat minim. Kue kering mempunyai daya simpan yang sangat tinggi. Bahannya bisa dari apa saja, tepung beras, tepung ketan, terigu ataupun sagu. Cara memasaknya biasanya di goreng atau di panggang dalam oven. Kue kering yang dioven biasanya di sebut cookies.

Salah satu jajanan pasar atau kue pukis termasuk jenis kue basah. Kue pukis sudah tersebar di berbagai kota, yang diperjualkan di pasar dan di pinggir jalan. Salah satunya di Jawa Tengah Kota Solo tepatnya di jalan Garuda, Gonilan dekat kampus 4 Universitas Muhammadiyah Surakarta, ada pedagang kue pukis yang berjualan di pinggir jalan dengan menggunakan media meja untuk berjualan buka mulai dari jam 6 pagi sampai jam 4 sore, kue tersebut memiliki nama tersendiri yaitu Pukis Manis'e.

Kue pukis termasuk makanan bertekstur basah dan perlu menggunakan kemasan dengan bahan material yang sesuai dengan tekstur kue basah dan mudah untuk dibawa. Pukis Manis'e menggunakan topping yang cukup tebal dengan tekstur basah. Akan tetapi pembungkus pukis manis'e masih menggunakan mika bening untuk membungkus pukis tersebut hal ini terlihat kurang menarik karena dapat merusak topping pada pukis. Selain tidak ada tanda kadaluarsanya, sehingga konsumen tidak

mengetahui berapa lama kue pukis itu layak di konsumsi. Kemasan pukis yang lebih menarik dan perlu adanya dapat nilai tersendiri di konsumen. Pukis Manis'e memiliki daya jual yang tinggi di karenakan pukis manis'e berbeda dengan pukis pada lainnya karena menggunakan topping premium di setiap pilihan menunya dan untuk menambah cita rasa pada pukis tersebut, oleh karena itu pukis manis'e membutuhkan media promosi elektronik ataupun media promosi cetak untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli pukis manis'e.

Kemasan yaitu sebuah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk supaya bisa dipasarkan dengan baik dan layak. Kemasan ini digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar untuk menjadi ciri khas atau *branding*. Sedangkan pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran atau marketing perusahaan atau produsen.

Branding berasal dari kata brand yang dalam bahasa Indonesia berarti merek. Penggunaan kata brand dan branding memiliki makna yang berbeda. Jika kata brand berarti merek, maka pengertian branding adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah brand atau merek. Pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol,

rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing.

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi sebagai perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (system flowchart), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem. Visual Branding adalah pengaruh yang diakibatkan oleh suatu bentuk visual untuk mendifferensiasikan brand. Produk yang punya brand kuat menjadi daya tarik konsumen dan akan lebih mudah dipromosikan untuk membangun citra, Jaminan Kualitas, dan Prestise sehingga membuat sebuah produk mudah diingat oleh orang lain. Visual Branding menyebut keunikan elemen-elemen desain seperti bentuk, warna, bahan, typografi dan komposisi, yang secara langsung dan bawah sadar mengkomunikasikan nilai-nilai dan kepribadian perusahaan melalui pencitraan menarik dan gaya desain sebuah kemasan.

Pengemasan adalah sebuah metode terkordinir yang diciptakan untuk menyiapkan pukis manis'e supaya siap untuk ditransportasikan, disimpan, dijual, dan dipakai yang bisa diambil dengan adanya wadah atau kemasan pada sebuah produk, salah satunya adalah bisa membantu menghindarkan pukis manis'e tersebut dari kerusakan disaat proses pengiriman. Kemasan pada produk pukis manis'e juga dapat menjaga

pukis dari kemungkinan polusi serta masalah fisik lainnya, mulai dari yang bersifat gesekan, benturan, dan getaran. Disamping itu, pengemasan juga berfungsi untuk menyimpan suatu hasil pengolahan, ataupun produk industri supaya mempunyai bentuk yang bisa memudahkan proses penyimpanan, pengiriman, serta distribusi kepada para konsumen. Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun rumusan masalah yang mendasar dalam proses pelaksanaan :

1. Bagaimana konsep perancangan kemasan pukis manis'e sebagai media visual branding?
2. Bagaimana merancang kemasan pukis manis'e sebagai media visual branding ?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat diketahui tujuan dari perancangan branding kemasan pukis manis'e :

1. Mendiskripsikan konsep perancangan kemasan.
2. Merancang sebuah kemasan sebagai media promosi pukis manis'e.

D. Manfaat Perancangan

Hasil penyusunan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Bagi Mahasiswa :
 - a. Menerapkan ilmu dan kreatifitas yang sudah di dapat selama perkuliahan.
 - b. Sebagai syarat kelulusan mata kuliah tugas akhir.
 - c. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang mengadakan penelitian dengan tema serupa.
2. Bagi Perusahaan :
 - a. Membantu mempromosikan dan memperkenalkan Pukis Manis'e di kalangan masyarakat.
 - b. Untuk menambah omset penjualan.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang menjadi bahan refrensi pada perancangan ini, meneliti beberapa jurnal dan skripsi dengan tema yang sama :

2015. Dyah Ayu Astari. C0711010. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul "Perancangan Kemasan Brem Ariska Sebagai Camilan Khas Kota Madiun". Adapun permasalahan yang dikaji adalah : (1) Bagaimana merancang ulang desain kemasan produk Brem Ariska sebagai camilan khas Kota Madiun? (2) Media promosi pendukung apa saja yang bisa digunakan untuk mengenalkan kemasan baru Brem

Ariska?. Sebagai Kota yang dijuluki Kota Brem. Di Madiun Brem menjadi oleh-oleh atau buah tangan yang paling dicari wisatawan selain sambel pecel. Brem merupakan camilan yang terbuat dari sari beras ketan yang memiliki rasa manis asam dan terasa meleleh dilidah. Salah satu merek brem yang paling dicari yaitu Brem Suling yang terkenal dengan kemasan bremnya yang berwarna kuning dengan ilustrasi gambar suling serta kemasan bergaris warna merah dan ungu. Karena ciri khas tersebut banyak perusahaan brem yang membuat kemasan serupa dengan menambahkan nama Suling dalam kemasan produknya. Begitu pula dengan rumah produksi Brem Ariska, kemasan yang digunakan masih terpaku dengan kemasan produsen brem madiun ternama yaitu Suling Gading. Karena itu perancangan ulang kemasan produk Brem Ariska diperlukan untuk memperkenalkan Ariska sebagai produsen brem yang memiliki ciri khas serta cita rasa tersendiri dan menjadikan Ariska sebagai salah satu tempat tujuan masyarakat memperoleh oleh-oleh khas Kota Madiun. Perbedaan dengan tugas akhir yang dibuat adalah membuat dari awal desain kemasan Pukis Manis'e dan membuat media promosi apa aja untuk mengenalkan Pukis manis'e.

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/48744/Perancangan-kemasan-brem-ariska-sebagai-camilan-khas-kota-Madiun>

PERANCANGAN KEMASAN BUBUK KOPI MATAHARI
PASAMAN Rahman Efendi, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda Program
Studi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang
ABSTRAK Karya akhir ini untuk mendapatkan kemasan bubuk kopi
yang menarik dan dapat menambah target audience yang baru pula.
Melalui perancangan kemasan premium diharapkan usaha ini dapat
memiliki pengaplikasian identitas visual yang mampu menarik
perhatian para khalayak konsumen sehingga ke depannya dapat
menjangkau target pasar yang lebih luas. Perancangan ini
menggunakan teori desain komunikasi visual, media, warna tipografi
dan layout. Pengumpulan data dimulai dengan observasi, wawancara
dan dokumentasi. Selanjutnya metode analisis data yang digunakan
adalah SWOT (Strength, Weaknes, Oportuninty, Treatment)
Perancangan ini menghasilkan kemasan berupa kaleng dan stand
pouch. Selain media utama juga di lengkapi oleh beberapa media
seperti poster, X banner, flyer, stiker mobil box, apron, kaos, kartu
nama dan mug Kata kunci : Desain Kemasan, Promosi, Bubuk Kopi
Matahari 1Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi
Visual untuk wisuda periode September Pembimbing I, dosen FBS,
Universitas Negeri Padang 3Pembimbing II, dosen FBS, Universitas
Negeri Padang. Perbedaan dengan tugas akhir yang dibuat adalah
membuat kemasan menarik dan mudah di kenali oleh banyak orang.

<https://docplayer.info/99513441-Perancangan-kemasan-bubuk-kopi-matahari-pasaman-jurnal.html>

Holsteins Milk House adalah Milk House yang terletak di daerah Jakarta Selatan, dan Holsteins Milk House adalah satu satunya Milk House yang berada di daerah Jakarta Selatan. Proposal tugas akhir yang berjudul Perancangan Ulang kemasan Holsteins Milk ini membahas tentang pembuatan kemasan dengan pendekatan secara Desain Komunikasi Visual. Proposal ini mempunyai tujuan untuk memberi gambaran kepada pembaca tentang tema yang diangkat, perancangan dan proses pembuatan. Metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan informasi adalah dengan melakukan analisa data dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Laporan Tugas Akhir ini juga dilengkapi dengan data data yang berhubungan dengan topik Tugas akhir serta landasan teori dan teori penunjang lainnya.

<http://dkv.binus.ac.id/2016/07/20/6930/>

Pengantar karya Tugas Akhir ini mengangkat tema *rebranding* produk *home industry* kue Satu Pondok dari Madiun. Adapun permasalahan yang dikaji adalah bagaimana merancang sebuah karya desain yang diharapkan mampu menjadi sebuah solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi produk.

Produk kue Satu Pondok merupakan produk asli dari Madiun, karena belum dirancang secara baik menjadikan produk kue Satu Pondok

lambat laun semakin mengalami penurunan penjualan. Kesan kuno, kurang dikenalnya produk serta kurangnya cirikhas dari produk membuat produk kue Satu Pondok semakin ditinggalkan oleh konsumen. Dalam upaya untuk kembali meningkatkan minat beli konsumen akan peroduk serta memposisikan produk menjadi salah satu alternatif oleh-oleh dari Madiun maka strategi rebranding menjadi salah satu cara yang harus dilakukan.

Dengan mengacu dari data literatur dan analisis yang dilakukan pada produk kemudian dirancanglah proses rebranding produk kue Satu Pondok. Hasil dari rebranding yang dilakukan mencakup pada perancangan identitas baru produk supaya lebih menarik dan memiliki cirikhas, redesain kemasan produk sebagai media utama yang memperkuat hasil rebranding serta perancangan media pendukung sebagai bagian dari pengenalan wajah baru produk kue Satu Pondok. Perbedaan dengan tugas akhir yang di buat adalah membranding kemasan baru dari desain awal menjadi kemasan yg menarik.

<http://digilib.isi.ac.id/1491/6/jurnal%20TA%20Hendrik%20P.pdf>

F. Landasan Teori

Danger berpendapat bahwa kemasan adalah wadah atau pembungkus untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual dan di pakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya

pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran)
(Danger,2009 : 49)

Djamarah berpendapat bahwa Jenis media sebagai berikut (Djamarah, 2002:140) :

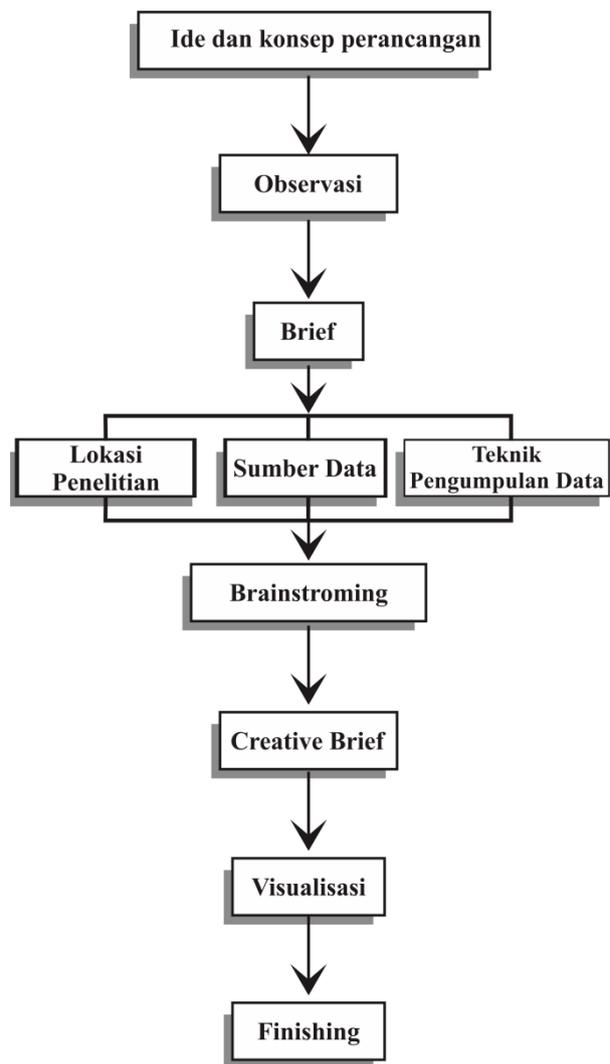
- Media auditif, yaitu media yang mengandalkan kemampuan suara saja (radio, kaset rekorder).
- Media visual, yaitu media yang hanya mengandalkan indera penglihatan karena hanya menampilkan gambar diam (film, bingkai, foto, gambar, atau lukisa).
- Media audiovisual yaitu media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik.

Sistaningrum berpendapat bahwa Promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.
(Sistaningrum,2002:98)

Rambat Lupiyoadi berpendapat bahwa Tujuan Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan

jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. (Rambat Lupiyoadi,2006:120)

G. Metodologi Perancangan



Gambar 1 :
Bagan Perancangan
(<http://repository.dinamika.ac.id>)

1. Ide dan konsep perancangan

Ide dan konsep dalam perancangan branding kemasan Pukis Manis'e akan menggambarkan desain kemasan yang simple dan menjadi image brand.

2. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Pembuatan karya tugas akhir ini melakukan observasi dengan mencari referensi dari skripsi, tugas akhir, internet, dengan tema yang serupa branding kemasan dan melakukan wawancara kepada narasumber pukis manis'e tersebut.

Dalam melakukan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel lain. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan pendekatan kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan mencari fakta dan data yang tepat tentang strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pukis manis'e..

3. Brief

- Lokasi penelitian

Jalan Garuda, Gonilan dekat kampus 4 Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Sumber Data

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data / sejarah yang terkait baik dari internet dan buku.

- Teknik Pengumpulan Data

Dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber

4. Brainstroming

Pengembangan ide dilakukan dengan berkonsultasi ke dosen pembimbing, berdiskusi dengan teman untuk mendapatkan wawasan dan referensi serta masukan dalam perancangan di buat agar lebih baik.

5. Creative Brief

Creative Brief merupakan hal yang perlu di persiapkan untuk melakukan langkah kreatif dalam menghasilkan perancangan yang sesuai dengan latar belakang permasalahan. Dalam hal ini creative brief mencakup strategi kreatif dan media plan yang digunakan dalam perancangan kemasan sebagai media visual branding :

- Media yang digunakan untuk visual branding menggunakan media cetak yang menyediakan informasi, media cetak ini dapat berupa tulisan dan gambar yang mudah digunakan untuk mengaplikasikan karya dalam bentuk kemasan yang mudah di bawa dan dilihat.
- Penempatan media kemasan sebagai visual branding akan dilakukan dengan metode promosi sehingga khalayak masyarakat bisa mengetahuinya.
- Durasi dari penelitian data yang disimpulkan akan membutuhkan waktu yang sedikit.

6. Visualisasi

Proses rekayasa dalam perancangan karya dengan melakukan visualisasi dengan desain digital sebelum karya akan dibuat.

7. Finishing

Finishing adalah suatu proses penyelesaian karya. Finishing dilakukan setelah semua proses karya selesai.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan tugas akhir sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang Latar belakang, Rumusan masalah, Tujuan perancangan, Manfaat perancangan, Tinjauan pustaka, Metode perancangan, Sistematika penulisan.

BAB II : IDENTIFIKASI DATA

Pada bab ini menceritakan tentang data Pukis manise dan melakukan analisis SWOT

Fungsi dan manfaat identifikasi data sebagai acuan untuk mengetahui berbagai sumber informasi yang di butuhkan.

BAB III : ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini akan membahas mengenai konsep perancangan branding kemasan pukis manis'e.

Manfaat dan fungsi konsep perancangan sebagai landasan awal untuk membuat karya.

BAB IV : PERWUJUDAN KARYA

Pada bab ini akan membahas mengenai penjelasan proses pembuatan kemasan yang dapat menarik konsumen terhadap pukis manis'e

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH