

Redesain Kemasan Oleh-oleh Khas Kabupaten Sumbawa

Hana Setiono Oei¹, Andrian Dektisa H.², Bernadette Dian Arini M.³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,

Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: zefanyahso@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Sumbawa terletak di pulau Sumbawa, provinsi Nusa Tenggara Barat. Kunjungan wisata ke Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu pendukung kegiatan pariwisata adalah oleh-oleh. Oleh-oleh dapat berupa jajanan tradisional. Salah satu produsen jajanan tradisional adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Namun Karena keterbatasan informasi mengenai kemasan, para UKM mengalami masalah tidak bisa masuk ke *supermarket-supermarket* besar serta kurang bisa mengenalkan produk jajanan Sumbawa sebagai oleh-oleh. Dengan redesain kemasan oleh-oleh jajanan khas Sumbawa, diharapkan wisatawan yang berkunjung ke Sumbawa bisa mengenal beragam produk jajanan Sumbawa dan menarik minat mereka untuk membelinya sebagai oleh-oleh.

Kata kunci: Desain Kemasan, makanan khas, Kabupaten Sumbawa, UKM.

Abstract

Redesigning Package of Sumbawa Regency Souvenir

Sumbawa is a tourist attraction that is located in the Sumbawa Island, West Nusa Province. Increasing tourism activities has stimulate the local businesses such as traditional snacks. Traditional snacks are an important component in tourism, mainly used as souvenirs. One of the traditional snack producer is UKM. Problems arise due to UKM inability to sell traditional snacks to supermarkets and to introduce Sumbawa traditional snacks as souvenirs. The cause of these problems are the lack of information and knowledge regarding packaging. By redesigning the packaging of Sumbawa traditional snacks, it is hoped that tourists who visit Sumbawa will acquaint themselves with Sumbawa's delicacy in form of traditional snacks while increasing their interest to share the delicacy by buying it.

Keywords: Package design, souvenirs, Sumbawa Regency, UKM.

Pendahuluan

Kegiatan wisata membutuhkan penunjang, salah satunya adalah oleh-oleh. Oleh-oleh merupakan suatu barang yang dibawa dari berpergian. Kebiasaan masyarakat Indonesia ketika berwisata, harus membawa oleh-oleh.

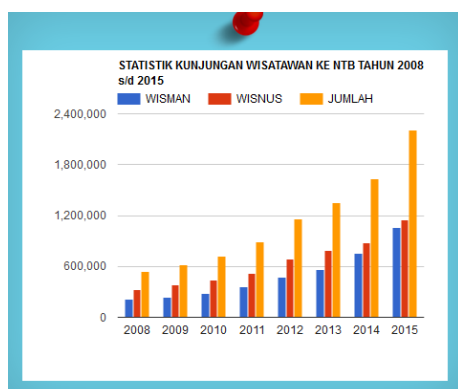
Oleh-oleh dapat berupa barang ataupun makanan. Oleh-oleh berupa jajanan dari setiap daerah di Indonesia berbeda-beda dan merupakan ciri khas dari daerah tersebut. Salah satu produsen jajanan tradisional adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM biasanya mencari biaya produksi yang paling murah untuk memproduksi kemasan jajanan tradisional.

Sering kali produsen UKM tidak memedulikan keselarasan visual, bentuk atau cara

pengemasan pada kemasan oleh-oleh sehingga beragam produk dari beragam UKM tampil sama dan serupa dalam rak penjualan. Sebuah kemasan adalah titik paling berpengaruh yang menjadi penghubung antara perusahaan dan konsumen melalui produk-produknya. Kemasan adalah salah satu tempat di mana mereka bisa berinteraksi secara langsung (Sasada, 2013, p.6). Kemasan dengan visual, bentuk, dan cara pengemasan yang baik dan berbeda akan membuat suatu produk lebih menonjol daripada produk lainnya.

Masalah yang berkaitan dengan kemasan oleh-oleh juga dirasakan oleh para UKM produk jajanan tradisional di Kabupaten Sumbawa Besar. Kabupaten Sumbawa adalah sebuah kota yang terletak di pulau Sumbawa, provinsi Nusa Tenggara Barat,

Indonesia. Pulau Sumbawa berdekatan dengan Pulau Lombok.



Gambar 1. Data kunjungan wisatawan ke NTB (2016).

Kunjungan wisatawan ke pulau-pulau di NTB terus meningkat setiap tahunnya, demikian juga dengan kebutuhan wisatawan akan oleh-oleh. Oleh-oleh khas Sumbawa yang biasanya dikenal dan dibawa pulang oleh wisatawan adalah Susu Kuda Liar dan Madu Sumbawa. Padahal masih banyak jajanan tradisional Sumbawa yang berpotensi dijadikan oleh-oleh. Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai narasumber, Sumbawa dikenal dengan kota yang tenang, ramah dan *welcome*. Masyarakat Sumbawa dikenal sebagai sosok yang *egaliter*, mereka semua sederajat dan tidak membedakan. Bahkan orang asingpun bisa dianggap sebagai saudara.

Sampai saat ini, masyarakat Sumbawa masih sangat menghargai jajanan khas Sumbawa. Kebanyakan dari mereka bisa membuat jajanan tersebut. Jajanan tradisional Sumbawa juga selalu disajikan dirumah, terutama saat perayaan hari raya. Namun kecintaan masyarakat Sumbawa terhadap jajanan tradisional tidak diimbangi dengan cara pengemasan yang baik.



Gambar 2. Contoh kemasan jajanan Sumbawa.

Penggunaan plastik sebagai pengemas produk makanan ringan banyak dipergunakan dengan pertimbangan keunggulannya dalam hal bobot lebih ringan; tidak mudah pecah; bersifat transparan/tembus pandang, mudah diberi label dan harga relatif murah. Kemasan oleh-oleh tentunya memerlukan wadah yang aman, karena akan dibawa selama perjalanan. Kemudahan dan kenyamanan saat membawa oleh-oleh jajanan serta mengeluarkan isi kemasan. Isi kemasan harus dapat diambil dan ditutup kembali

dengan cara yang mudah. Ketika kemasan mika dibuka, konsumen akan merasa repot untuk menutupnya kembali.

Banyak dari produsen UKM yang sudah mendesain kemasannya menggunakan motif-motif khas Sumbawa. Menurut Syarief, et al. (2012) dari sudut pandang konsumen, pemunculan konteks budaya pada kemasan oleh-oleh dipandang sebagai 'eksotisme' yang mencirikan objek, terutama bagi yang belum atau jarang melihatnya. Penggunaan motif tradisional Sumbawa pada kemasan oleh-oleh dinilai sebagai penunjang dalam identitas daerah Sumbawa. Motif tradisional dapat memperkuat kabupaten Sumbawa sebagai salah satu tujuan pariwisata.

Para produsen UKM di kabupaten Sumbawa ingin sekali memasarkan produknya di supermarket-supermarket besar. Namun dengan keterbatasan kemampuan dibidang desain, niat mereka ini belum juga tercapai. Sehingga produsen UKM di Kabupaten Sumbawa hanya bisa memasarkan produknya dipasar tradisional atau menitip kepada toko-toko yang di Sumbawa.

Perancangan ini merupakan proyek permintaan dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPOPAPAR) dan bekerja sama dengan Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Kabupaten Sumbawa. Tugas dari DISKOPERINDAG yaitu menaungi UKM-UKM di Sumbawa. Sementara DISPOPAPAR bertugas mempromosikan produk-produk UKM ketika pameran ke luar daerah Sumbawa.

Produk-produkUKM yang akan diredesain antara lain Permen Susu D&D, *Manjareal* UD. Tina Tini, Permen *Pona* "Ibu Ida", dan Kue *Jijit* "Tiga Saudara". Dengan redesain kemasan oleh-oleh jajanan khas Sumbawa, diharapkan wisatawan yang berkunjung ke Sumbawa bisa mengenal dan menarik minat mereka untuk membelinya sebagai oleh-oleh. Redesain kemasan oleh-oleh ini diharapkan mampu membangun persepsi yang baik tentang kota Sumbawa dibenak masyarakat luas.

Metode Perancangan

Perancangan kemasan ini menggunakan metode perancangan sebagai berikut:

1. Data Primer dan Sekunder

Data primer merupakan data utama yang diperoleh melalui survei dan wawancara. Survei dibutuhkan untuk mendapatkan informasi mengenai tempat-tempat yang biasanya dikunjungi wisatawan untuk membeli oleh-oleh. Sedangkan wawancara langsung dilakukan dengan Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG), Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPOPAPAR), dan pemilik UKM sebagai sumber informasi

dalam mengerjakan tugas akhir ini. Sementara data sekunder dikumpulkan melalui referensi-referensi dan studi kepustakaan guna menemukan *style* yang tepat untuk diterapkan dikemas oleh-oleh khas Kabupaten Sumbawa.

2. Alat Pengumpulan Data

Kamera, sebagai alat pengambilan gambar dan video yang terkait dengan dokumentasi pengelola UKM, jajanan khas tradisional Sumbawa dan kemasan yang digunakan.

Laptop, sebagai media penyimpanan semua data riset maupun desain yang terkait dengan selama pengerjaan tugas akhir ini.

Metode Analisis Data

Analisa data menggunakan pendekatan 5W1H dimana terdiri dari *What, Where, When, Who, Why, How*. Metode 5W1H digunakan untuk 'memotret' kondisi nyata yang terjadi pada wisatawan, kebutuhan oleh-oleh, produsen UKM kabupaten Sumbawa, masyarakat Sumbawa, pengelola UKM, teknologi kemasan, dll. Metode 5W1H adalah

What:

- Apa yang harus dilakukan agar kemasan oleh-oleh menarik saat dibawa selama perjalanan?
- Apa saja oleh-oleh khas Sumbawa?
- Apa saja jajanan khas Sumbawa yang dapat dijadikan oleh-oleh?
- Oleh-oleh apa yang dibawa orang setelah melakukan perjalanan wisata?
- Apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan pengenalan oleh-oleh khas Sumbawa kepada wisatawan?
- Apa peran Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPOPAP) serta Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) dalam upaya pembuatan oleh-oleh khas Sumbawa?
- Apa peran kemasan sebagai salah satu pendukung tujuan pariwisata?

Where:

- Dimana biasanya seseorang membeli oleh-oleh khas Sumbawa?

When:

- Kapan wisatawan membeli oleh-oleh?
- Dalam rangka/*event* apa kemasan oleh-oleh khas Sumbawa harus diredesain?

Who:

- Siapa yang membutuhkan oleh-oleh khas Sumbawa?
- Siapa yang menaungi para UKM di Kabupaten Sumbawa?

Why:

- Mengapa wisatawan membutuhkan oleh-oleh?
- Mengapa wisatawan perlu mengenal jajanan khas Sumbawa?

How:

- Bagaimana kriteria kemasan yang dapat dijadikan oleh-oleh?
- Bagaimana kriteria kemasan yang baik?

Pembahasan

Produk-produk khas Sumbawa dikenali masyarakat luas karena sering dibawa mengikuti pameran-pameran oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPOPAP) Kab. Sumbawa. Kegiatan pameran yang diikuti bergantung dari undangan yang diterima DISPOPAP dan anggaran yang tersedia. Usaha meningkatkan pariwisata Sumbawa yang sudah dilakukan DISPOPAP juga harus didukung oleh bidang-bidang lainnya, seperti Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) dan UKM. UKM Kab. Sumbawa yang dianggap sebagai penunjang pariwisata nyatanya masih mengalami kendala. Kendala ini tidak hanya dirasakan oleh para UKM, tetapi juga Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) Kab. Sumbawa. Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) bertugas untuk melakukan pendataan UKM yang tersebar di 24 kecamatan Kab. Sumbawa dan menaungi para UKM tersebut. Pendataan ini berguna bagi para UKM untuk dibina atau dibantu dalam mendapatkan TDI (tanda daftar industri). Di tahun 2016 sendiri, terdapat 222 usaha dagang ataupun UKM pengolahan makanan yang sudah terdaftar di DISKOPERINDAG dan mendapatkan TID.

Kendala yang dirasakan DISKOPERINDAG yaitu keterbatasan anggaran. Karena keterbatasan anggaran, DISKOPERINDAG tidak bisa maksimal dalam membina para UKM. Tidak ada bantuan dalam bentuk penyediaan kemasan bagi para UKM. Anggaran yang terbatas juga membuat DISKOPERINDAG harus benar-benar memilih UKM mana yang hendak diberikan bantuan. Bantuan yang diberikan dapat berupa sarana maupun modal usaha.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Jibril Junaidi, Kepala Seksi Standarisasi & Kerjasama Industri dan Bapak Manaungi selaku Kepala Bidang UKM, Kemasan sebagai pendukung pariwisata masih belum bisa dicapai karena pariwisata Kabupaten Sumbawa sendiri dianggap mereka belum berkembang. Narasumber sepakat bahwa pariwisata harus lebih berbenah, seperti memperbaiki akses wisata. Karena sebenarnya pariwisata yang berpengaruh besar terhadap produk oleh-oleh khas Sumbawa. Jika pariwisata sudah maju, pendapatan kota akan meningkat sehingga tersedia anggaran lebih untuk memajukan produk oleh-oleh khas Sumbawa.

(Informasi ini diperoleh dari hasil wawancara dengan Bpk. Manaungi dan Bpk. Jibril Junaidi, 13-14 Maret 2017).

Permen Susu D&D

Permen Susu D&D sudah ada sejak 1994. Pembuatan permen susu ini merupakan warisan turun temurun dari keluarga Ibu Desi. Permen susu D&D kini dilanjutkan oleh Ibu Desi dan suaminya Bapak Syarif. Permen susu merupakan jajanan khas Sumbawa yang berasal dari Desa Penyaring. Permen susu berbentuk persegi panjang dan bertekstur agak keras, rasanya gurih dan manis. Namun pemilik D&D ingin mengganti merek dari permen susu mereka, karena sudah ada produk dari daerah lain yang mematenkan nama D&D. Permen susu D&D mulai diperbaharui kemasannya sejak 2010 dan baru mendapatkan PIRT ditahun 2015.



Gambar 3. Kemasan lama Permen Susu D&D.

Permen susu D&D dijual di daerah Sumbawa hingga Pulau Lombok. Pemilik mengakui usaha permen susunya ini laris manis dan selalu diburu wisatawan. Kemasan kotak D&D menggunakan motif kain songket Sumbawa. Label dan pembungkus permen juga menggunakan motif-motif khas Sumbawa. Menurut Bpk. Syarif, pemilik permen susu D&D, penggunaan motif khas Sumbawa sangat bagus bagi kemasannya karena menciptakan keunikan dari para pesaingnya. Selain itu penggunaan motif khas Sumbawa juga mencirikan produk yang benar-benar asli dari Sumbawa dan masih menggunakan susu sapi dari desa Penyaring di Sumbawa.

Pemilik D&D berani berinovasi pada kemasan dan berharap produknya dapat dijual lebih luas lagi. Kemasan-kemasan yang digunakan sekarang kebanyakan dipesan dari Mataram dan Surabaya karena keterbatasan percetakan dan bahan yang tersedia di Pulau Sumbawa.

Pak Syarif juga mengakui dirinya tidak aktif mengikuti kegiatan-kegiatan dari DISKOPERINDAG. Pak Syarif lebih memilih menjalankan usahanya secara mandiri tanpa bergantung pada DISKOPERINDAG.

Manjareal UD. Tina Tini



Gambar 4. Kemasan lama Manjareal.

Manjareal merupakan jajanan khas Sumbawa yang dicetak menggunakan daun lontar. Warnanya putih, teksturnya agak kering dan padat. Tusuk saja dengan jari untuk mengeluarkannya dari cetakan, lalu nikmati. Saat dimakan, teksturnya terasa padat beremah namun meleleh di mulut, seperti memakan gula donat. Rasanya manis dengan aroma kacang yang lambat-lambat. *Manjareal* merupakan jajanan sehari-hari masyarakat Sumbawa, sehingga sampai sekarang masih dikonsumsi dan gampang ditemukan.

Salah satu pembuat *manjareal* yang sudah terkenal di Kab. Sumbawa yaitu UD. Tina Tini. Pemilik mengaku tidak pernah mencoba menjual *manjareal* dengan kemasan selain mika. Karena dari sifat produknya, *manjareal* merupakan jajanan yang tidak boleh lembab. Dalam proses pembuatannya, *manjareal* harus dijemur dibawah sinar matahari. Apabila cuaca tidak mendukung, penjemuran ini akan dilakukan lebih dari sehari. Desain kemasan juga tidak ada, label menggunakan kertas HVS dengan gambar *manjareal*.

Produk *manjareal* UD. Tina Tini hanya dipasarkan di kota Sumbawa. Pemilik merasa sulit menembus pasar di luar Sumbawa, karena kemasan yang pas-pas-an dan kadaluarsa produk yang diketahui sekitar dua bulan saja. Pembuatan *manjareal* sendiri masih tradisional dan memakan waktu 1-3 hari.

Permen Pona “Ibu Ida”



Gambar 5. Kemasan lama Permen Pona.

Pona merupakan bahasa sumbawa yang artinya labu. Permen *pona* adalah permen yang terbuat dari bahan dasar labu dan gula. Permen *pona*

“Ibu Ida” sudah berproduksi selama kurang lebih 3 tahun. Pada mulanya Ibu Ida membuat permen *pona* ini dengan tujuan diberikan sebagai oleh-oleh. Ternyata banyak yang menyukai permen *pona* buatan Ibu Ida dan akhirnya beliau berjualan permen *pona* sampai saat ini. Sampai sekarang, label yang digunakan Ibu Ida hanya dicetak di kertas HVS. Ibu Ida menyatakan beliau ingin mencoba label yang lapisannya licin seperti kertas *art paper*. Pemilik tidak mengerti bagaimana mencetak kemasan yang bagus.

Permen *pona* bertekstur keras dan manis. Dari sifat produknya, permen *pona* tidak kuat terhadap suhu dingin. Suhu dingin membuat permen *pona* cepat berjamur. Alangkah baiknya permen *pona* diletakkan disuhu ruangan atau terkena sinar matahari. Pengawetan permen *pona* hanya perlu dilakukan dibawah sinar matahari. Di Sumbawa sendiri tidak banyak masyarakat yang bisa membuat permen *pona*. Kebanyakan masyarakat asli Sumbawa berusia lanjut yang masih suka membuat permen *pona*, itupun terletak di daerah-daerah pedesaan Sumbawa.

Kue *Jijit* “Tiga Saudara”



Gambar 6. Kemasan lama Permen Kue *Jijit*.

Kue *Jijit* merupakan salah satu jajanan khas Sumbawa yang masih dikonsumsi setiap hari oleh masyarakat Sumbawa. Saat ini, jajanan ini hanya terkenal dikalangan para “orang tua”. Ibu Nur Intan selaku pembuat dan penjual kue *jijit* mengakui kurangnya minat anak muda Sumbawa akan kue *jijit* karena bentuknya yang jelek.

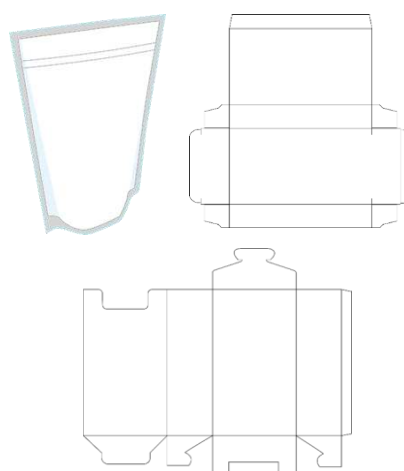
Produksi kue *jijit* dilakukan seorang diri oleh Ibu Nur. Label kue *jijit* menggunakan kertas HVS biasa. Label berwarna oranye kecoklatan sesuai dengan warna kue *jijit*. Pada label juga diberikan gambar kue *jijit*. Merek “Tiga Saudara” berasal dari jumlah anak yang dimiliki oleh ibu Nur. Kue *jijit* bertekstur renyah dan terasa kelapanya. Informasi kadaluarsa terlihat tidak diberikan, padahal menurut info Ibu Nur, kadaluarsa kue *jijit* ini adalah 3-4 bulan.

Konsep Perancangan

Brand positioning dari produk jajanan UKM Kabupaten Sumbawa yaitu jajanan tradisional Sumbawa yang dijadikan sebagai oleh-oleh, guna menunjang pariwisata Kab. Sumbawa.

Citra yang ingin dibangun dari redesain kemasan oleh-oleh khas Sumbawa adalah membuat wisatawan mengenal berbagai produk jajanan tradisional Sumbawa yang bisa dijadikan oleh-oleh. Karena selama ini, wisatawan hanya mengenal madu dan susu kuda liar sebagai oleh-oleh Sumbawa. Akan didesain kemasan yang menarik dengan visualisasi budaya Sumbawa untuk menciptakan kesan *modern* tanpa melupakan budaya setempat. Ketika wisatawan membeli produk jajanan sebagai oleh-oleh, diharapkan kemasan beserta produk jajanan ini dapat memberikan kesan bahwa Sumbawa adalah kota yang sangat berpotensi untuk menjadi salah satu tujuan pariwisata.

Permen Susu D&D



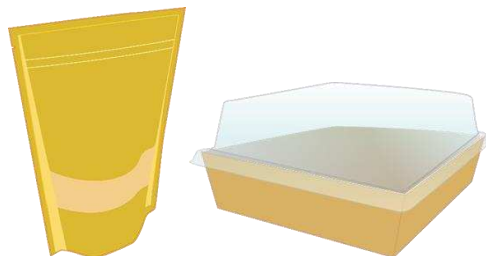
Gambar 7. Konsep perancangan Permen Susu.

Kemasan permen susu akan dibuat dalam tiga varian, yaitu kotak persegi panjang ukuran 15x8x3cm berbahan kertas *ivory*, *stand up pouch* plastik berukuran 16x24cm, dan *stand up pouch* kertas *ivory* 250gram berukuran 21x12x6.5cm. Selain tiga varian kemasan, akan dibuat juga label dengan bahan *sticker* dan pembungkus permen susu berukuran 7x7 cm berbahan *artpaper* laminasi *glossy*. Selain itu akan dibuat kemasan sekunder berupa kemasan kardus. Kemasan kardus berfungsi melindungi kemasan-kemasan utama agar tetap utuh dalam proses pengiriman. Kemasan kardus ini berbentuk persegi panjang dan berukuran 48x26x21cm.

Permen susu D&D akan merubah mereknya menjadi *Uwirr Manis*. *Uwirr* berasal dari bahasa Sumbawa yang artinya gurih. Warna yang digunakan akan berdasarkan warna-warna pada kemasan lama, yaitu merah, hijau, dan biru. Pada kemasan baru akan diberikan label berisi informasi bahwa permen susu D&D sudah berganti kemasan baru, karena banyak dari masyarakat NTB yang sudah loyal dengan kemasan lama permen susu tersebut. Jenis tipografi yang digunakan adalah dekoratif untuk memberikan kesan *fun* dan fleksibel. Ilustrasi yang digunakan berupa vektor dan motif *lonto engal* khas Sumbawa. *Lonto Engal* sebagai ekspresi kesuburan,

kemakmuran, dan kehidupan. Pemilihan motif ini disesuaikan dengan kesan yang ingin ditampilkan *uwirr* manis, namun dimodifikasi agar terlihat lebih menarik dan *modern*. Penataan elemen visual akan diurutkan dari *brand name* pada bagian depan, dan disesuaikan dengan pola kemasan yang digunakan.

Manjareal UD. Tina Tini



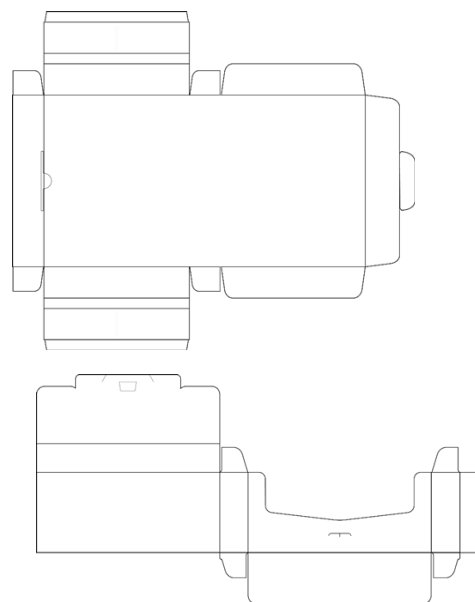
Gambar 8. Konsep perancangan Manjareal.

Pada perancangan bentuk kemasan *manjareal* dilakukan perubahan bentuk kemasan karena sistem buka tutup kemasan yang lama tidak memudahkan konsumen. Kemasan yang lama menggunakan plastik mika dan ditutup dengan cara di *staples*. Bentuk kemasan yang baru terdiri dari 2 macam, yaitu kemasan *stand up pouch* plastik dilapisi kertas *samson* berukuran 16x22cm dan kemasan kotak untuk makanan dengan warna cokelat dan petutup mika berukuran 13x14x6,5cm. Selain itu akan dibuat kemasan sekunder berupa kemasan kardus berbentuk *cardboard picnic box*. Kemasan kardus berfungsi melindungi kemasan-kemasan utama agar tetap utuh dalam proses pengiriman. Kemasan kardus ini berukuran 46x15x14cm.

Dasar warna untuk kedua kemasan ini adalah coklat. Pemilihan warna ini berdasarkan karakteristik dari *manjareal* sendiri. Pada kotak makanan dengan penutup mika, akan diberikan label yang menyerupai ikat pinggang, hal ini memberikan pengalaman unik kepada konsumen, selain itu kemasan juga mudah untuk dibawa.

Desain kemasan akan menggunakan warna utama merah, krem, dan kuning. Warna-warna ini disesuaikan dengan produk *manjareal* dan warna khas Sumbawa. Motif khas Sumbawa yang digunakan adalah *line art* berupa Istana Dalam Loka dipadukan dengan bentuk *manjareal*. Motif Istana Dalam Loka memiliki makna untuk menanamkan kebanggaan kepada masyarakat Sumbawa agar dapat menghargai dan mencintai budaya sendiri. Tipe huruf yang digunakan pada desain kemasan yaitu *sans serif*.

Permen Pona “Ibu Ida”



Gambar 9. Konsep perancangan Permen Pona.

Kemasan permen *pona* akan terdiri dari beberapa bahan dan ukuran yaitu:

- Kemasan plastik untuk membungkus permen *pona*.
- Kemasan ukuran kecil dengan bahan kertas *ivory* berukuran 16x7x2,5cm isi 16 permen *pona*.
- Kemasan ukuran besar berisi 42 permen *pona* dengan bahan kertas *ivory* 250gr ukuran 16.5x14x3cm.
- Kemasan kardus berukuran 50x31x15cm.

Dari segi bentuk kemasan Permen *Pona*, dibuatlah dua inovasi kemasan baru. Kemasan ini mengadaptasi bentuk dompet *clutch*. *Clutch* pada umumnya memiliki sistem buka tutup yang mudah dan bagus. Inovasi pada kemasan ini juga memberikan pengalaman unik kepada konsumen saat membukanya. Kemasan yang unik juga menarik minat konsumen untuk membeli. Bahan yang digunakan merupakan kertas *ivory*, merupakan *food grade paper*.

Desain kemasan akan menggunakan warna dominan hijau dan oranye. Warna-warna ini mewakili warna buah yang digunakan dalam pembuatan permen *pona*, yaitu buah labu. Menurut Wiry (1999) Warna hijau sendiri memberikan kesan segar. Motif khas Sumbawa yang digunakan adalah *Piyo* Manis. Motif utama adalah *Piyo* (burung) dan wapak. *Piyo* lambang roh dan wapak sebagai lambang pemacu semangat. Penggunaan motif ini bermakna sebagai semangat bagi Permen *Pona* untuk terus dilestarikan, karena di Kota Sumbawa sudah sangat jarang yang bisa membuatnya. Jenis huruf yang digunakan dalam kemasan adalah *serif*, karena ingin memberikan kesan eksklusif.

Kue Jijit “Tiga Saudara”



Gambar 10. Konsep perancangan Kue Jijit.

Pola dasar kemasan kue *jijit* menggunakan plastik PET dan plastik mika berbentuk tabung. Pemilihan kemasan ini karena karakteristik dari kue *jijit* yang tidak mudah rapuh.

Warna yang akan digunakan adalah warna-warna pastel seperti warna hijau *tosca*, oranye, hitam dan putih. Pemilihan warna ini berdasarkan warna-warna yang banyak digunakan dikalangan masyarakat Sumbawa dan dikombinasikan secara pastel sehingga menarik bagi kalangan muda. Ilustrasi yang digunakan berupa *pattern* dari batik *slimpat pelajar*. Batik ini biasanya digunakan oleh para pelajar di Kabupaten Sumbawa. Motif *slimpat pelajar* terdiri dari motif hias *slimpat*, *wapak*, dan *lonto engal*. *Slimpat* melambangkan kerukunan, *lonto engal* mengajarkan agar setiap orang bermanfaat bagi lingkungan, sementara *wapak* melambangkan energi yang memacu semangat. Pemilihan motif ini agar kue *jijit* bisa dikenal dan dinikmati oleh anak-anak muda. Tipografi yang digunakan berjenis *sans serif* karena memberikan kesan seimbang dan *simple*. Tata letak elemen visual akan disesuaikan dengan pola kemasan yang digunakan.

Proses Desain

Dari hasil observasi dan menggali informasi dari berbagai sumber, maka konsep gambar atau ilustrasi yang akan ditampilkan pada kemasan adalah peninggalan-peninggalan budaya berupa motif-motif hias khas Sumbawa. Penggunaan motif-motif hias sendiri masih digunakan sampai saat ini. Motif hias ini juga dipelajari turun temurun melalui mata pelajaran muatan lokal pada tingkat SD hingga SMA di Kabupaten Sumbawa. Penggunaan motif hias khas Sumbawa juga mendukung *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand image* dari redesain kemasan oleh khas Kabupaten Sumbawa.

Warna-warna yang digunakan juga warna cerah dan merupakan warna-warna utama di Kabupaten Sumbawa, yaitu merah, kuning, hijau, putih, dan hitam. Awal mula dipilih warna-warna ini karena sejarah Sumbawa sendiri yang sebelumnya menganut sistem kerajaan dan dibawah pengaruh masuknya agama Hindu serta Islam. Terutama warna kuning dianggap sebagai warna yang sakral. Warna kuning dulunya digunakan sebagai identitas kaum bangsawan Sumbawa.

Permen Susu D&D

Berdasarkan konsep perancangan, desain untuk logo akan dibuat *fun* namun masih tradisional. Hal ini bisa dilihat dari bentuk logo yang disesuaikan dengan karakteristik dari Kabupaten Sumbawa. Logo memakai *font* berjenis dekoratif dan dimodifikasi agar sesuai dengan motif khas Sumbawa, yaitu *lonto engal*. Logo memakai warna merah *maroon* untuk menciptakan kontras dengan warna kemasan dan warna *lonto engal*.



Gambar 11. Proses desain logo *Uwirr Manis*.





Gambar 12. Proses desain kemasan *Uwirr Manis*.



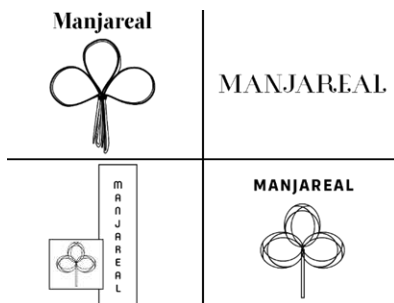
Gambar 13. Kemasan redesain *Uwirr Manis*.



Gambar 14. Kemasan sekunder *Uwirr Manis*.

Manjareal

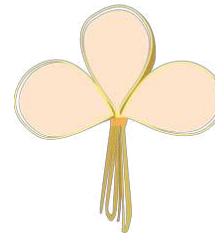
Logo dari *manjareal* menggunakan bentuk dari *manjareal* sendiri. Disamping bentuknya yang unik, bentuk ini juga memiliki makna tersendiri. *Manjareal* berasal dari tiga suku kata, yaitu Man-Ja-Rea. Man artinya jangan, Ja artinya hanya dan Rea artinya besar. Bermakna bahwa masyarakat Sumbawa dalam membuat sesuatu, tidak harus kelihatan besar saja, tetapi harus bisa bermanfaat walau bentuknya kecil seperti manjareal. Logo *manjareal* menggunakan font *serif*, dimana font tersebut bisa menunjukkan keelokkan dari *manjareal* dan menciptakan kesan tradisional serta turun temurun namun elegan.



Manjareal MANJAREAL



Manjareal



Gambar 15. Proses desain logo *Manjareal*.



Gambar 16. Proses desain kemasan *Manjareal*.



Gambar 17. Kemasan redesain Manjareal.



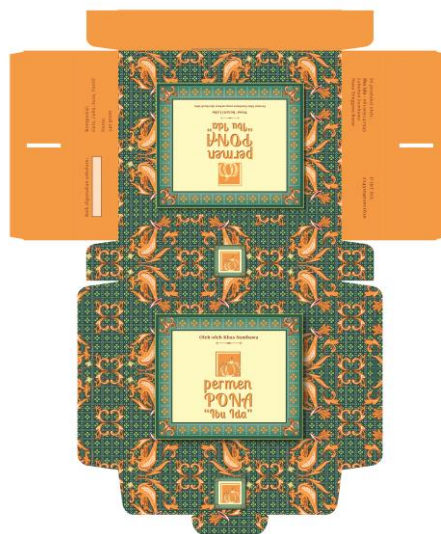
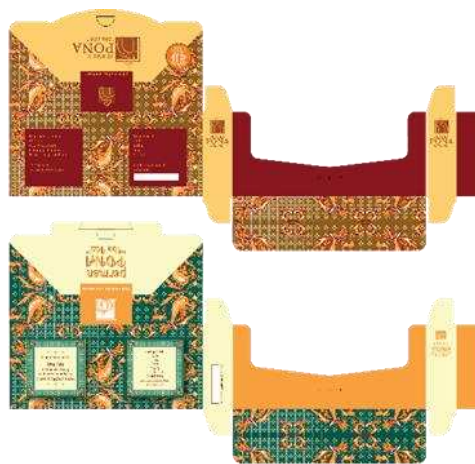
Gambar 18. Kemasan sekunder Manjareal.

Permen Pona “Ibu Ida”

Logo dari Permen Pona “Ibu Ida” adalah bentuk buah Labu disertai dengan *frame* yang bermakna logo ini merupakan bentuk dan rasa dari permen *pona* itu sendiri. Penggunaan gambar labu dinilai penting, karena mengomunikasikan kepada masyarakat luas bahwa *pona* adalah buah labu, sementara *pona* sendiri berasal bahasa Sumbawa. Huruf dari logo menggunakan tipe huruf dekoratif untuk memberikan kesan unik. Tipe huruf ini menyesuaikan dengan *pattern* yang digunakan dalam desain kemasan permen *pona*.



Gambar 17. Proses desain logo Permen Pona.



Gambar 18. Proses desain kemasan Permen Pona.



Gambar 19. Kemasan redesain Permen Pona.



Gambar 20. Kemasan kardus Permen Pona.

Kue Jijit “Tiga Saudara”

Logo dari kue *jijit* menggunakan *font* perpaduan serif dan *sans serif*. Pada logo diletakkan *pattern* berupa batik Slimpat Pelajar dengan harapan produsen kelak kue *jijit* lebih dikenal dikalangan anak muda. Warna yang digunakan adalah warna-warna pastel yaitu oranye dan toska.



Gambar 20. Proses desain logo Kue Jijit.



Gambar 21. Proses desain kemasan Permen Pona.



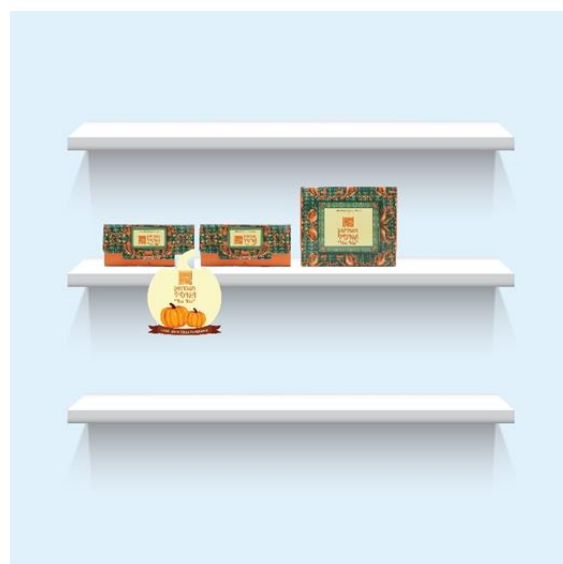
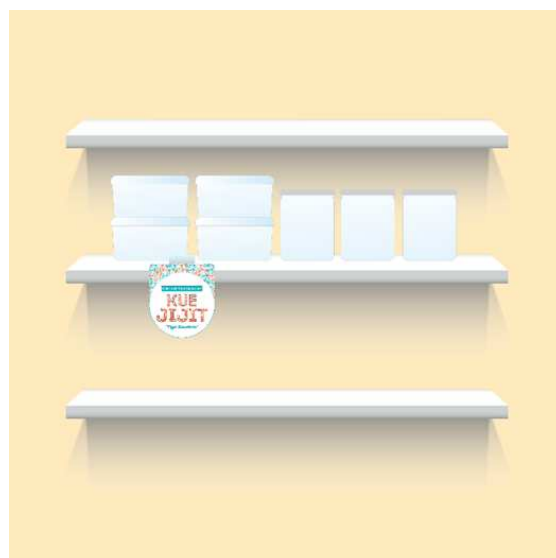
Gambar 22. Kemasan redesain Kue Jijit.



Gambar 23. Kemasan kardus Kue Jijit.

Media Pendukung

Untuk mendukung penjualan jajanan khas Kabupaten Sumbawa sebagai oleh-oleh, dibuatlah media-media pendukung seperti rak *display* produk dan *wobbler* sebagai *point of purchase*. Pemilihan kedua media pendukung ini berdasarkan observasi tempat penjualan produk-produk jajanan tersebut.



Gambar 24. Media pendukung kemasan oleh-oleh Khas Sumbawa.

Kesimpulan

Kemasan tidak hanya digunakan sebagai wadah pelindung, melainkan kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen. Kemasan harus bisa mengomunikasikan suatu *brand* kepada konsumen dengan baik, karena kemasan merupakan penghubung antara produsen dan konsumen. Begitu juga dengan kemasan oleh-oleh. Kemasan oleh-oleh harus bisa membangun persepsi positif dibenak konsumen akan suatu daerah. Hal ini dapat dilakukan melalui visualisasi kemasan dengan budaya satu daerah. Penggunaan motif-motif daerah bisa menjadi satu identitas unik bagi suatu produk. Peran identitas daerah pada kemasan oleh-oleh perlu diperhatikan dan sangatlah penting. Untuk mencapai semua itu, diperlukan identitas yang kuat melalui *brand*

positioning, brand identity, brand image dan juga diferensiasi produk.

Setelah melakukan redesain kemasan, penulis juga mempelajari banyak hal mengenai kemasan makanan dan oleh-oleh. Penulis harus mempertimbangkan antara kemasan yang baik bagi makanan, kemasan yang bisa dijadikan oleh-oleh serta biaya pembuatan kemasan yang akan ditanggung oleh produsen. Penulis melakukan observasi untuk menentukan kemasan yang sesuai bagi para produsen UKM di Kabupaten Sumbawa.

Saran

Bagi desainer lain yang hendak melakukan perancangan redesain kemasan oleh-oleh khas Kabupaten Sumbawa memerlukan riset mendalam yang meliputi evaluasi apakah kemasan yang sekarang sudah diredesain bisa diterima atau tidak dikalangan target *audience* dan target *market*.. Evaluasi kemasan redesain sudah mencakup kategori sebagai kemasan yang baik untuk dijadikan sebagai oleh-oleh. Selain itu, untuk perancangan kemasan, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan. Hal utama adalah kemampuan para produsen, baik dalam segi pengetahuan tentang kemasan maupun kemampuan ekonomi. Kemampuan produsen ini menentukan bagaimana pembuatan desain kemasan nantinya. Sebagai contoh, kemasan jajanan dengan pengusaha yang keterbatasan ekonomi, tentu akan berpikir-pikir untuk mengganti kemasan produknya. Kebanyakan dari mereka merasa cukup dengan kemasan yang sederhana dan murah. Mereka berpikir mengapa harus mengganti kemasan jika kemasan lama saja bisa terjual dipasaran. Maka dari itu, para produsen seperti ini harus diberi tahu terlebih dahulu pentingnya peran desain kemasan untuk mendukung kemajuan usaha mereka.

Daftar Pustaka

Chick, Anne dan Micklethwaite, P. (2011). *Design for Sustainable Change: How design and designers can drive the sustainability agenda*. Switzerland: AVA Publishing SA.

Calver, Giles. (2003). *What is Packaging Design?*. Rotovision.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan NTB. (2016). *Statistik Kunjungan Wisatawan ke NTB*. Diunduh 7 Februari 2017 <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/>

Kasilo, D. (2008). *Komunikasi Cinta: Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Klimchuk, Rosner dan Krasovec, S.A. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil*

Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Indonesia: PT Glora Aksara Pratama.

Merlia, Nely. (2017). *Apa Itu UKM & UMKM? Bagaimana Perkembangannya di Indonesia*. Diunduh 18 Maret 2017 <http://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>.

Pom, B. (2007). *Bijak dalam Menggunakan Kemasan Pangan*. Diunduh 27 Februari 2017 <http://www.pom.go.id/new/index.php/view/berita/174/Bijak-dalam-Menggunakan-Kemasan-Pangan.html>

Rahmadiani, F. (2014). *Kenali 7 Jenis Kemasan Plastik yang Aman untuk Makanan Ini*. Diunduh 7 Februari 2017 <http://food.detik.com/read/2014/02/04/120103/2486529/297/4/kenali-7-jenis-kemasan-plastik-yang-aman-untuk-makanan-ini>.

Sasada, Fumi. (2013). *8 Elements of Powerful Package Design*. Tokyo: Senden Kaigi, K.K.

Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.

SuaraNTB, (2016). *Serapan Anggaran Diskoperindag di Zona Merah*. *Suara NTB*. Diunduh 16 Maret 2017 <http://www.suarantb.com/news/2016/10/06/10638/serapan.anggaran.diskoperindag.di.zona.merah>

Syarief, Achmad, Nurviana dan Sunarto, P. (2012). *Identitas dan Karakter Budaya Lokal pada Kemasan Oleh-Oleh*. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia Vol 4(2)* 1-14. Diunduh 2 Februari 2017 http://www.academia.edu/10214401/IDENTITAS_DAN_KARAKTER_BUDAYA_LOKAL_PADA_KEMASAN_MAKANAN_OLEH-OLEH.

Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumbawa. 2017. *Pariwisata Sumbawa*. Diunduh 16 Maret 2017 <http://tourism.sumbawakab.go.id/index.php/home/index/12>.

Wirya, Iwan. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.