

BAB I

Pendahuluan

I.I. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu Negara kepulauan terbesar di Dunia yang memiliki keberagaman suku dan ras yang tersebar diseluruh pelosok Indonesia. Keberagaman ini tentunya membuat Indonesia kaya akan kebudayaan dan warisan leluhur dari tiap-tiap suku dan ras yang ada. Salah satu warisan leluhur yang tercipta dari keberagaman suku dan ras tersebut adalah munculnya kuliner tradisional khas dari tiap-tiap daerah yang ada di Indonesia, misalnya daerah Sumatra Barat yang merupakan domisili suku Minang, memiliki makanan tradisional khas yaitu Rendang yang terbuat dari daging sapi dengan santan dan bumbu-bumbu rempah yang begitu melegenda bahkan menjadi makanan terlezat urutan pertama di dunia. Lain lagi dengan Ibu Kota, Jakarta, yang merupakan domisili suku Betawi, memiliki makanan tradisional khas yaitu Kerak Telor, selain makanan tradisional, Betawi juga memiliki minuman tradisional khas yaitu Bir Pletok. Dimana keberadaan Bir Pletok dimasyarakat mulai sulit untuk dijumpai, bahkan produsen Bir Pletok sudah mulai langka.

Bir Pletok adalah minuman yang terbuat dari beberapa rempah-rempah, yaitu jahe, kapulaga, kayu manis, cengkeh, kembang peka, cabe jawa, daun sereh, daun pandan, daun jeruk purut, lada hitam, biji pala, gula pasir, dan air yang dicampur menjadi satu, iris rempah-rempah kemudian masukan kedalam panci berisi air, rebus semua bahan hingga mengeluarkan wangi kecuali kayu secang

dan gula pasir dimasukan terakhir, Agar warnanya lebih menarik, biasanya ditambahkan kayu secang yang akan memberikan warna merah.

Minuman ini mempunyai khasiat untuk memperlancar peredaran darah, mampu meredakan nyeri lambung dan memulihkan radang sendi. Sebagai pelepas dahaga, minuman khas Betawi ini enak diminum kala hangat, namun sedap pula diminum dingin dengan menambahkan es batu kedalamnya. Walaupun mengandung kata bir, Bir Pletok tidak mengandung alkohol. Kata “bir” dalam nama Bir Pletok hanyalah kiasan orang Betawi gedongan zaman dulu. Hal ini dikarenakan pembuatan Bir Pletok dulunya menggunakan wadah tabung dari bambu yang prosesnya dengan cara dikocok, sehingga menimbulkan busa seperti bir. Sedangkan kata “pletok” merupakan bunyi yang dihasilkan dari es batu yang juga dimasukkan bersamaan dengan air seduhan dalam wadah tabung bambu, sehingga menghasilkan bunyi “pletak pletok”. Namun perbedaan antara Bir Pletok dengan bir sangatlah berbeda, Bir Pletok amatlah menyehatkan dan menyegarkan untuk tubuh, dan baik diminum oleh semua kalangan usia, anak-anak hingga lansia.

Bir Pletok Alifah merupakan salah satu produk UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang hadir untuk melestarikan warisan leluhur dari Betawi yang dikembangkan oleh Ibu Rismi Alifah Madja, meskipun tergolong *home industry*, Bir Pletok Alifah telah mendapatkan penghargaan UKM terbaik se-Jakarta Barat. Bir Pletok Alifah didirikan oleh ibu Rismi Alifah Madja pada tahun 90-an, namun lima tahun belakangan ini, *home industry* milik Ibu Alifah mulai digeluti dengan

serius. Usaha Bir Pletok Alifah telah mendapatkan bantuan dari koperasi dan dinas perindustrian dan perdagangan berupa desain label dan kardus kemasan. Awalnya kemasan Bir Pletok Alifah hanya memakai botol sirup bekas namun seiring berkembangnya usaha mulai memakai kemasan baru siap pakai yang dipesan.

Dewasa ini masalah kemasan telah menjadi bagian kehidupan masyarakat sehari-hari, terutama yang memiliki hubungan dengan produk pangan. Sejalan dengan itu pengemasan telah berkembang dengan pesat menjadi bidang ilmu dan teknologi yang semakin maju. Ruang lingkup bidang pengemasan saat ini juga sudah semakin luas, dari mulai bahan yang sangat bervariasi hingga model atau bentuk dan teknologi pengemasan yang semakin maju dan menarik. Bahan kemasan yang digunakan juga bervariasi mulai dari bahan yang terbuat dari kertas, plastik, gelas, logam, fiber hingga bahan-bahan yang dilaminasi.

Untuk menciptakan daya tarik pembeli maka diperlukan terobosan kreatif atas produk selain kualitas produk, salah satunya melalui kemasan yang dapat menarik minat beli. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan pemicu dari suatu produk untuk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri ditengah-tengah himpitan produk lain, karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif,

dalam hal ini adalah membeli produk, karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan¹.

Kemasan merupakan salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam bahasa visual. Maka, jika melihat hal tersebut penulis menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni *branding*, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Perusahaan mengembangkan strategi-strategi mengenai barang dalam lini produknya dengan membuat sejumlah keputusan mengenai atribut produk, pembuatan merk, pengemasan, pelabelan, dan jasa pendukung produk untuk mempromosikannya. Keputusan atribut produk di sini meliputi kualitas, fitur, gaya, dan desain yang ingin ditawarkan oleh perusahaan, Sehingga konsumen mempunyai ketertarikan untuk menggunakan atau membeli produk perusahaan tersebut. Selain itu, atribut produk berguna untuk membedakan dengan produk lain yang mempunyai kategori sama atau produk sejenis. Memberikan kesan emosional yang mendalam apabila seorang konsumen menggunakan produk

¹ Iwan Wirya, *Kemasan yang Menjual* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), hlm. 9.

tersebut sehingga konsumen mempunyai kesadaran akan merek dari suatu produk yang sudah tertanam di dalam benak mereka.

Kemasan mempunyai prosentase yang besar untuk menjual produk. Ketika mendesain sebuah kemasan, tidak ada desain kemasan yang begitu benar atau salah tetapi pertimbangannya adalah layak atau tidaknya (Denison, 1999).

Kebanyakan produk yang ditawarkan oleh UKM sebagian besar terkendala oleh desain kemasan yang monoton dan terkesan seadanya. Sebagian besar UKM di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang kurang menarik. Sebab, masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal dan membutuhkan alat yang mahal untuk mengemas dan mendesain produk makanan atau pun minumannya agar terlihat bagus oleh konsumen.

1.2. Rumusan dan Batasan masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dibahas pada bab sebelumnya, dapat diidentifikasi bahwa produk Bir Pletok Alifah ini memerlukan terobosan dimana konsumen tidak hanya mendapatkan produk yang dikonsumsi, melainkan konsumen juga ingin memiliki kemasan yang bentuk dan ukurannya efisien juga kemasan tersebut memberikan panduan informasi tentang produk sehingga maksud dan tujuan perancangan ini dapat tercapai.

Kemasan yang baik sangatlah penting bagi setiap usaha, terutama pada usaha yang memproduksi makanan dan minuman. Disini, kemasan dari Bir Pletok Alifah sendiri hanya memakai wadah botol plastik yang bertempelkan stiker logo ALIFAH dan visual yang belum memiliki ciri khas bahwa minuman tersebut adalah Bir Pletok minuman khas Betawi. Sangat disayangkan informasi produk Bir Pletok Alifah kurang diperlihatkan dalam kemasan, padahal Bir Pletok Alifah merupakan produk minuman khas Betawi yang menyehatkan. Selain itu, Bir Pletok Alifah kurang mempunyai visual yang menunjang untuk menarik perhatian para konsumen juga kemasan kurang informatif.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana cara mendesain ulang kemasan yang efektif untuk Bir Pletok Alifah minuman khas Betawi agar mampu mempresentasikan isi dan kualitas produk, serta memperkuat citra produk tersebut?

1.2.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah terfokus dalam wujud karya desain berupa perancangan kemasan. Perancangan yang terbentuk berupa media komunikasi visual ini sebagai acuan mempromosikan produk Bir Pletok Alifah.

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini ditujukan untuk:

1. Mendapatkan *image* baru pada kemasan Bir Pletok Alifah yang akan didesain ulang secara efektif agar mampu mempresentasikan isi dan kualitas produk, serta memperkuat citra produk minuman tradisional khas Betawi tersebut.
2. Mempromosikan produk UKM khas Daerah Jakarta, khususnya minuman Bir Pletok yang berasal dari etnis Betawi.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi dan desain yang didapat selama dibangku perkuliahan sehingga dapat memberikan kontribusi yang nyata bagi masyarakat.
2. Sebagai salah satu upaya pelestarian minuman tradisional khas Daerah, khususnya Bir Pletok yang berasal dari Betawi.
3. Sebagai bahan masukan kepada pelaku UKM dalam membuat desain kemasan untuk produknya guna meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli dan meningkatkan daya saing dan daya jual.
4. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang minuman tradisional khas daerah.