

PERANCANGAN KEMASAN MADU BUEN KALIMANTAN TIMUR BESERTA MEDIA PENDUKUNGNYA

Fransisca Oktiviani Effendy¹, Petrus Gogor Bangsa², Martien³

^{1,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya, ² Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
E-mail: axiz_okti@yahoo.com

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi dalam menghasilkan madu. Banyaknya madu yang beredar di pasaran menyebabkan persaingan yang cukup tinggi, sehingga nilai jual madu menjadi rendah. Madu Buen adalah salah satu merek madu organik hutan liar di Indonesia yang diambil dari hutan di Kalimantan Timur. Bersaing dengan merek madu lainnya, Madu Buen ingin membedakan dirinya dengan madu lain melalui kemasan. Hal ini juga dikarenakan kemasan kurang melindungi madu di dalamnya. Penelitian ini mempelajari dan merancang suatu kemasan madu yang dapat membedakan Madu Buen dengan madu lainnya, serta merancang kemasan yang baik yang dapat melindungi madu di dalamnya.

Kata kunci: Kemasan, Madu, dan Organik.

Abstract

Indonesia is a country that has the potential to produce honey. There is a lot of honey on the market, which causes a high competition, that makes the selling value becomes low. Buen Honey is a wild organic honey brand in Indonesia, which is taken from a forest in East Kalimantan. Competing with the other brands, Honey Buen want to differentiate itself from others through packaging. It is also because the packaging has been less protective of honey in it. This research was studying and designing a packaging that can differentiate Buen honey from the others, as well as designing a good package can protect the honey in it.

Keywords: Packaging, Honey, and Organic

Pendahuluan

Dari dulu madu biasa digunakan sebagai pemanis makanan dan minuman pengganti gula. Rasa madu alami memiliki tingkat kemanisan yang lebih tinggi daripada gula pasir putih, yaitu sekitar 1 ½ kali dari rasa gula pasir. Walaupun begitu, madu tidak memiliki efek-efek buruk seperti yang dimiliki jika mengkonsumsi gula pasir. Sebaliknya, madu memiliki khasiat yang baik bagi kesehatan serta kecantikan. Madu memiliki manfaat bagi tubuh sebagai sumber energi natural, penyembuh luka, antibiotik, dan antioksidan. Selain itu bagi para wanita, madu dimanfaatkan sebagai pelembab, campuran *scrub*, dan masker wajah.

Madu yang murni tentu memiliki khasiat yang maksimal, namun sayangnya menemukan madu murni di Indonesia sangatlah sulit. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih, para pedagang madu mulai mencampurkan madunya dengan zat

tambahan seperti air, gula, zat pewarna, zat perasa, dan zat pengawet. Tentu saja hal ini sangat merugikan para konsumen jika terkena efek samping dari bahan campuran tersebut.

Madu sangat mudah dijumpai di Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara ke delapan yang memiliki hutan terbesar di dunia. Di dalam hutan tersebut tersebar lebah penghasil madu (*Apis dorsata*). Lebah ini hidup di hutan lebat sebagai lebah madu liar. Lebah jenis ini memiliki ukuran yang lebih besar dari lebah lainnya serta memiliki tingkat produktifitas yang lebih tinggi pula. Penyebaran lebah *Apis dorsata* adalah di Asia, termasuk di dalamnya Indonesia. Di Indonesia penyebaran lebah ini menyeluruh di seluruh nusantara. Salah satu wilayah yang terkenal dengan hasil madunya adalah Kalimantan.

Hutan di Kalimantan tergolong sangat luas yaitu sekitar 25,5 juta hektar. Hutan tersebut terbagi di

beberapa provinsi di Kalimantan, salah satunya adalah Kalimantan Timur. Kalimantan Timur merupakan daerah yang memiliki potensi besar dalam pembudidayaan madu murni. Tidak sedikit masyarakat yang tinggal di daerah perhutanan alih profesi menjadi petani madu. Salah satu daerah yang terkenal sebagai sumber penghasil madunya adalah Tanah Paser.

Tanah Paser merupakan wilayah Propinsi Kalimantan Timur yang terletak paling selatan, tepatnya pada posisi 00 45"18,37" - 20 27"20,82" LS dan 1150 36"14,5" -1660 57"35,03" BT ("Sekilas Paser," par 1). Kawasan hutan di Kabupaten Paser terdiri dari kawasan konservasi (KK) seluas 110,790Ha, kawasan budidaya kehutanan (KBK) seluas 564,091ha dan kawasan budidaya non kayu (KBNK) seluas 468,828Ha ("Program" par 5). Di Tanah Paser inilah dihasilkan banyak hasil hutan, salah satunya adalah madu.

Madu yang dihasilkan di Tanah Paser bukanlah jenis madu ternak, melainkan madu lebah hutan liar. Madu jenis ini diambil dari lebah yang hidup bebas di hutan. Sehingga madu bersifat alamiah, bebas dari polusi, pupuk dan pestisida. Sedangkan madu ternak, madu yang dihasilkan berasal dari lebah yang dengan sengaja diternakkan, sehingga lebah-lebah tersebut mengambil sumber madu berasal dari perkebunan sekitar yang rawan tercampur pestisida. Selain itu berbeda dengan madu lebah hutan liar, madu ternak dihasilkan oleh lebah *Apis mellifera* yang rentan terhadap kematian serta tingkat produktifitas yang rendah. Madu yang dihasilkan pun memiliki kadar antioksidan yang lebih rendah dibanding madu hutan liar. Madu ternak adalah madu ternak adalah madu yang diambil dari nektar bunga-bunga pohon tertentu seperti rambutan, kelengkeng, durian, dan sebagainya. Ketika pohon-pohon tersebut sedang berbunga, maka digiringlah lebah-lebah yang sudah ada berada dalam kotak-kotak menuju perkebunan pohon tersebut. Ciri khas dari madu ternak adalah aroma madunya sesuai dengan nektar bunga dari pohon yang dihirup.

Madu Buen adalah salah satu produk madu Kalimantan Timur yang memiliki label identitas dan sudah mengantongi izin Pangan Industri Rumah Tangga dari Dinas Kesehatan. Madu Buen di Tanah Paser baru berdiri sekitar tahun 2010. Usaha madu perorangan ini tergolong baru karena hanya baru berjalan 3 tahun, membuat Madu Paser Buen kurang dikenal oleh masyarakat. Tak hanya itu saja, banyaknya produk madu yang beredar di masyarakat, mengakibatkan Madu Paser Buen mengalami sedikit kesulitan untuk menembus pasar pecinta madu.

Buen saat ini hanya dikemas dengan botol seadanya. Penutup wadah botol madu ini pun tidak bekerja dengan baik, sehingga seringkali madu dapat tumpah.

Tak hanya itu, madu hutan asli mengandung gas yang cukup tinggi, sehingga terkadang botol madu dapat pecah sendiri karena tidak dapat menahan tekanan gas di dalamnya. Pemberian identitas madu pada label telah dilakukan sebelumnya, namun secara visual tidak menggambarkan jenis madu apa yang ditawarkan, sehingga jika madu ini dijejerkan dengan produk madu lainnya, maka produk madu Buen ini akan terlihat sama dengan produk madu lainnya.

Kemasan adalah wadah atau pembungkus untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Kemasan yang baik dapat ditinjau dari apakah kemasan tersebut dapat membungkus dan melindungi produk dengan baik atau tidak.

Selain itu secara visual, kemasan memiliki fungsi lain seperti mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Faktor utama masyarakat dalam memilih produk madu adalah keaslian dan kemurnian dari madu itu sendiri, sehingga kemasan yang baru harus dapat mencerminkan identitas dari madu Buen ini, salah satunya madu asli dan murni. Tidak hanya menitik beratkan pada fungsi pengamanan, fungsi identitas dalam kemasan pun perlu dilakukan untuk membedakannya dari produk madu lain.

Kemasan adalah pertemuan pertama antara suatu produk dengan konsumen. Oleh karena belum pernah mencoba atau memakai produk sebelumnya, maka konsumen terbiasa untuk melihat segi visual dari kemasan produk. Pada akhirnya visual suatu kemasan akan meninggalkan kesan tertentu yang diterima oleh konsumen. Kesan dan emosi yang baik tentunya mengakibatkan konsumen akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Mengingat Madu Buen adalah produk yang cukup baru, diharapkan dengan adanya desain kemasan yang menarik dapat menarik perhatian *audience*, sehingga mereka tertarik untuk membeli. Hingga pada akhirnya, mereka tidak hanya membeli karena tertarik dengan kemasan yang bagus saja, tetapi karena mereka telah merasakan kualitas dari Madu Buen.

Kemasan yang baik dan efektif dalam pemasaran, harus memiliki beberapa faktor penting sebagai berikut (Wiryana 6):

1. Faktor Pengamanan
Kemasan memiliki fungsi untuk menjaga keamanan produk yang dilindunginya sehingga terhindar dari kerusakan.
2. Faktor Ekonomi
Kemasan yang dibuat harus dipikirkan dan dihitung biaya produksinya, sehingga harga produk yang dijualpun tidak melonjak tinggi.
3. Faktor Distribusi

Fungsi kemasan adalah memudahkan pendistribusian produk dari pabrik kepada pengecer serta konsumen. Di mana tingkat penyimpanan serta pen-*display*-an produk perlu dipertimbangkan.

4. Faktor Komunikasi
Kemasan sebagai media yang mencerminkan produk yang dikemas, serta mudah dilihat, dipahami, dan diingit oleh konsumen.
5. Faktor Ergonomi
Pertimbangan agar kemasan mudah dibawa, dipegang, dibuka, dan mudah diambil/dikeluarkan isinya.
6. Faktor Estetika
Estetika meliputi daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merk, ilustrasi, huruf, dan tata letak untuk mencapai mutu daya tarik visual yang optimal.
7. Faktor Identitas
Kemasan memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan dibedakan dari produk-produk lainnya.

Identitas Madu Buren selain sebagai madu lebah hutan liar, madu ini merupakan madu produk Kalimantan Timur. Identitas ini dapat ditambahkan kepada kemasan untuk memberikan kesan mendalam bahwa madu ini adalah madu yang benar-benar diambil dari hutan liar di salah satu provinsi di Kalimantan. Dengan ditamhkannya identitas ini di dalam kemasan baik melalui tulisan maupun visual akan memberikan kesan yang kuat bahwa madu ini adalah madu asli serta murni yang langsung dipanen dari hutan di Kalimantan Timur, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam membeli produk madu ini baik untuk dikonsumsi sendiri maupun sebagai oleh-oleh pada akhirnya.

Madu banyak dikonsumsi karena memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Madu menjadi produk yang sangat digemari karena madu merupakan produk alami dan bukan produk pabrik. Banyak konsumen mulai mensubstitusi obat-obatan dengan madu untuk menjaga kesehatan tubuh. Manfaat madu tersebut adalah ("Khasiat" par 2):

1. Madu untuk sumber energi
Pada masa lalu, para atlet Romawi dan Yunani kuno meminum madu sebelum dan sesudah bertanding sebagai obat untuk stamina dan pemulih energi. Selama berabad-abad madu memang dikenal sebagai bahan bakar para olahragawan ini karena

madu mengandung gula yang cepat diserap oleh sistem pencernaan jadi madu adalah sumber energi instan. Hingga kini, dalam dunia olahraga madu diberikan sebelum pertandingan dan sebagai pengganti karbohidrat yang digunakan pada saat latihan.

2. Madu seefektif glukosa
Hasil riset yang dikeluarkan sebuah jurnal kesehatan menyebutkan kadar glycemc index (GI ukuran untuk mengukur dampak negatif makanan dalam gula darah) yang rendah pada madu memperlambat penyerapan gula dalam darah sehingga lebih menyehatkan sistem pencernaan dan menjamin ketersediaan karbohidrat selama berolahraga. Sementara itu, Laboratorium Nutrisi di Universitas Mempish menyatakan bahwa madu seefektif glukosa pengganti karbohidrat selama pemanasan.
3. Madu untuk penyembuh luka
Dalam dunia pengobatan masyarakat Yunani dan Romawi memelopori penggunaan madu untuk mengobati hidung tersumbat sementara itu bangsa mesir kuno menjadi pelopor pemanfaatan madu untuk mengobati luka. Mereka membuat salep dari madu untuk mengobati luka bakar dan luka akibat tusukan benda tajam.
4. Madu sebagai antibiotik
Setelah ribuan tahun digunakan, khasiat madu sebagai obat luka terungkap secara ilmiah. Madu bekerja sebagai antibiotik alami yang sanggup mengalahkan bakteri mematikan. Madu sangat asam sehingga tidak cocok untuk pertumbuhan dan perkembangbiakan bakteri. Madu menghasilkan hidrogen peroksida yang merupakan anti septik luar biasa. Proses osmosis di dalam madu membasmi bakteri kekentalan madu yang sedikit mengandung air menghasilkan proses osmosis menyerap air dari bakteri pada luka dan luka bakar, tak ubahnya spons menyerap air. Madu mengeringkan bakteri sehingga bakteri sulit tumbuh.
5. Madu untuk membunuh kuman
Kandungan gizi yang luar biasa antara lain asam amino bebas dalam madu mampu membantu penyembuhan penyakit. Madu mengandung zat antibiotik yang berguna untuk mengalahkan kuman patogen penyebab penyakit infeksi. Mengikuti bangsa mesir kuno setelah menempuh kajian untuk menemukan fakta ilmiah, salep madu untuk

luka kini di produksi di Australia.

6. Madu untuk terapi
Bangsa Mesir dikenal paling piawai meramu obat dari bahan-bahan alami. Madu termasuk dalam 500 resep obat dari 900 resep yang diketahui. Pengobatan modern yang mengacu pada terapi kuno penggunaan madu dari Mesir puas dengan hasilnya.
7. Madu untuk mengobati borok
RS Universitas Wisconsin Medical School and Public Health misalnya, menerapkan terapi madu bagi borok yang diderita penderita diabetes. Uji coba terhadap seorang pasien berusia 79 tahun berhasil menyembuhkan borok pada jari kakinya. Sang pasien bahkan tidak jadi diamputasi berkat terapi madu tersebut.
8. Madu untuk antioksidan
Di Selandia Baru, terapi madu berhasil menyembuhkan lecet pada punggung pasien yang terlalu lama terbaring di ranjang rumah sakit. Di Uni Emirat Arab, terapi madu untuk luka akibat herpes bibir dan alat kelamin mempercepat penyembuhan dan mengurangi rasa sakit. Sementara itu untuk membuktikan peran madu sebagai antioksidan peneliti di Universitas California membuktikan konsumsi madu mampu meningkatkan antioksidan dalam darah. Uji coba pada tikus untuk mengkaji kemampuan madu meningkatkan penyerapan kalsium memberikan hasil memuaskan. Riset di Universitas Purdue itu menyimpulkan, konsumsi suplemen kalsium bersama madu mampu meningkatkan penyerapan kalsium oleh tubuh.
9. Madu untuk awet muda
Ibu Suri Kerajaan Inggris dan Ratu Elizabeth berumur panjang, bisa diyakini, madu berperan besar dalam menjaga kesehatan sehingga membuat keduanya berumur panjang. Bagi keluarga Kerajaan Inggris, sarapan madu adalah kebiasaan setiap hari mereka mengoleskan madu berkualitas tinggi pada roti. Manis alami madu digunakan di Inggris hingga pertengahan abad ke-17. Kebiasaan tersebut sempat berubah ketika gula yang dianggap lebih berkkelas mulai di produksi. Namun setelah gula semakin meluas pemakaiannya tak lagi terbatas pada kalangan atas, keluarga kerajaan kembali mengkonsumsi madu. Itulah sebabnya kesehatan mereka terjaga dengan baik.

Sayangnya tidak semua madu yang tersebar di pasar adalah madu yang memiliki kualitas yang tinggi. Seringkali ditemukan madu palsu atau madu campuran, yaitu madu yang dicampur dengan zat-zat lain, seperti zat pemanis, zat pewarna, zat pengawet. Hal tersebut membuat konsumen menjadi khawatir dalam memilih madu yang tepat. Hal ini juga disebabkan karena kurangnya pengetahuan konsumen dalam memilih dan membedakan antara madu asli atau madu palsu. Tak hanya itu, madu yang ada dijual di pasaran biasanya adalah madu ternak ataupun hanya berupa ekstrak madu.

Oleh karena itu Madu Buen hadir sebagai produk madu hutan liar yang terjaga keaslian dan kemurniannya tanpa bahan campuran apapun. Mengedepankan jati diri sebagai madu hutan liar, dan bukan madu ternak, mengingat banyaknya madu ternak yang sudah beredar di pasaran. Sedangkan madu hutan liar ini masih sedikit yang bersaing di pasar konsumen pecinta madu. Selain itu Madu Buen juga mengedepankan diri sebagai produk hasil hutan Kalimantan Timur, di mana Pulau Kalimantan dikenal sebagai Pulau dengan hutan terluas di Indonesia dan terlindung dari polusi.

Usaha Madu Buen ini mulai dirintis secara tradisional. Madu dipanen dan disaring dengan alat saring teh kemudian madu dikemas dengan botol bekas air mineral 600 ml tanpa label. Stok madu pun terbatas, yaitu hanya berkisar 10 botol setiap bulannya. Sambil berjalannya waktu, muncullah ide untuk serius menjalani bisnis madu ini sebagai bisnis rumahan dan dikelola secara profesional. Madu mulai dikemas dalam botol dengan bentuk bervariasi, hingga membuat label kemasan madu. Madu dikemas dalam 2 ukuran, yaitu 250 ml dan 600 ml. Lewat informasi dari mulut ke mulut, usaha ini pun mulai berkembang dilihat dari meningkatnya permintaan akan madu. Hingga akhirnya kemasan pun diperbaiki dan kemasan juga disegel agar madu di dalamnya aman dan terjamin kualitasnya. Untuk memperluas usaha, Madu Buen pun akhirnya mulai dipromosikan melalui dunia maya. Tak hanya itu madu Buen mengikuti beberapa pameran hasil alam Indonesia di Yogyakarta. Tak hanya diminati oleh konsumen di Kalimantan, Madu Buen pun mulai merambah konsumen di Pulau Jawa.

Sasaran dari Madu Buen ini adalah masyarakat yang berdomisili di kota-kota besar Indonesia, sedangkan sasaran sekundernya adalah masyarakat di kota-kota lainnya. Berikut kemasan Madu Buen yang dipakai selama ini:



Gambar 1. Kemasan Madu

Metode Penelitian

Dalam memperoleh data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian kualitatif, yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan kepustakaan. Dalam perancangan ini diperlukan data- data yang akurat dan mendukung, serta memerlukan referensi untuk menghindari kesalahan dalam perancangan, yaitu berupa data primer dan sekunder. Data primer ini berupa wawancara dan observasi.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Dalam hal ini peneliti akan menanyakan pertanyaan- pertanyaan yang sudah disusun secara terperinci, kemudian satu per satu akan diperdalam dengan menggali keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh menjadi lengkap serta mendalam. Kegiatan wawancara dilakukan kepada pemilik Madu Buen dengan tujuan untuk mengenal identitas produk Madu Buen. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada target konsumen sehingga dapat melengkapi data-data yang berkaitan dengan tingkah laku target konsumen.

Sedangkan observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur- unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Nawawi 6). Pada akhirnya kegiatan observasi dilakukan untuk mengamati dan menganalisa konsumen beserta produk madu itu sendiri, sehingga

dapat diciptakan desain kemasan yang tepat. Untuk data sekunder diperoleh dari data pustaka, internet, dan juga dokumentasi. Data- data mengenai madu dan packaging diperoleh dari buku dan jurnal.

Metode analisa yang digunakan adalah *VIEW*, yaitu dengan mengumpulkan data- data tentang daya tarik visual (*visibility*), informasi mengenai produk tersebut (*information*), daya tarik untuk membeli (*emotional appeal*), serta kemudahan dalam pembuatan dan penyimpanan produk (*workability*). Sehingga pada akhirnya dapat diketahui solusi kreatif dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh produk.

Pembahasan

Dari hasil penelitian dan analisa kemasan Madu Buen yang selama ini digunakan, secara visual jika kemasan madu ini disandingkan dengan produk madu lainnya, kemasan ini kurang menarik perhatian konsumen untuk berhenti dan melihat lebih lanjut mengenai informasi pada kemasan madu tersebut. Kemasan ini juga tidak terlalu mencolok karena memiliki bentuk kemasan yang hampir sama dengan kemasan lain. Grafis pada kemasan pun bisa dibilang mirip dengan kemasan madu lainnya.

Saat ini madu Buen hanya dikemas dengan botol sirup untuk ukuran madu yang besar (650 ml), serta botol dengan mulut botol kecil untuk madu ukuran 250 ml. Kemasan botol Madu Buen ini dirasa tidak memberi suatu kesan tertentu kepada konsumen karena ketidakhadirannya identitas Madu Buen sebagai madu hutan liar yang murni dan penonjolan keunggulan madu, menyebabkan tampilan Madu Buen dirasa sama dengan produk madu lainnya.

Madu Buen menggunakan kemasan yang terbuat dari botol kaca. Bahan kaca ini menjadi pilihan yang tepat dalam mengemas produk madu karena hal ini mengurangi kemungkinan terjadinya reaksi kimia antara madu dan bahan kemasan. Pemilihan botol kaca ini dilakukan entah karena alasan kesehatan (takut terjadi reaksi kimia) atau karena botol kaca ini memang mudah dicari dan ditemukan. Mulut botol kemasan baik pada ukuran 250 ml dan 650 ml mengecil pada ujungnya sehingga memudahkan konsumen untuk menuangkan madu. Penyegalan terhadap madu juga dilakukan secara manual, menggunakan plastik yang kemudian direkatkan dengan menggunakan panas api.

Selain itu label pada kemasan Buen menampilkan merek, ilustrasi dari identitas madu sebagai madu Kalimantan Timur, indikasi, nomor DINKES PIRT, dan volume madu. Bila ditinjau dari elemen tipografi pada kemasan, suatu kemasan memerlukan merek,

teks sekunder, penjelasan produk, teks romantis, dan teks wajib. Madu Buen telah memenuhi beberapa elemen tipografi, yaitu berupa merek, teks sekunder berupa indikasi, dan teks wajib berupa berat produk serta nomor DINKES PIRT. Namun hal ini dianggap masih kurang dilihat dari target kemasan ini adalah untuk menarik calon konsumen agar mereka dapat memahami produk ini serta membelinya.

Ketidakhadiran penjelasan produk pada label kemasan mengakibatkan calon konsumen tidak memahami tentang rasa, identitas madu, sumber madu yang membuat Madu Buen terlihat berbeda dari madu lainnya. Selain itu tidak adanya teks romantis yang menjelaskan kepribadian madu serta untuk menjual madu ini mengakibatkan madu ini menjadi tidak menarik perhatian konsumen untuk berhenti sejenak melihat dan mengamati nilai apa yang ditawarkan Madu Buen.

Teks wajib berupa *ingredients*, cara penyimpanan, dan cara pemakaian pun juga tidak tertera pada label kemasan. Hal ini justru membuat Madu Buen tidak memberikan informasi dan petunjuk yang lengkap sebagai salah satu produk makanan (*food and beverage*).

Jika dilihat label kemasan memiliki bentuk yang cukup unik, yaitu segi enam dengan mengambil inspirasi dari bentuk *honey comb*. Tak hanya itu penempatan ilustrasi madu, lebah, serta ornamen Kalimantan Timur juga menghiasi label kemasan. Dapat dikatakan bahwa label kemasan telah cukup mencerminkan identitas dari madu.

Bentuk label pada kemasan 250 ml dan 650 ml cukup berbeda karena ujung label ini dipotong untuk menghilangkan keterangan berat produk. Hal ini membuat kemasan tidak informatif dalam memberikan informasi kepada konsumen mengenai berat produk. Selain itu bentuk label yang berbeda menjadikan tidak adanya kesaamaan antar kemasan.

Ditinjau dari informasi, label pada kemasan tidak memuat informasi berupa cara pemanfaatan produk, komposisi, dan informasi lainnya berkaitan dengan produk tersebut. Label hanya menunjukkan merek madu, asal daerah madu, dan slogan. Informasi yang diberikan ini dirasa kurang untuk menarik perhatian konsumen.

Kemasan juga tidak memberikan suatu daya tarik emosional, seperti elegan, prestise, keceriaan, humor, nostalgia, dan lainnya. Sehingga konsumen cenderung tidak tertarik untuk membeli produk madu tersebut. Kemampuan dalam melindungi, menyimpan, serta menggunakan produk dengan baik harus bisa ditampilkan oleh kemasan. Kemasannya sendiri banyak menggunakan botol sirup. Selain itu, madu di

dalam botol juga sering tumpah yang diakibatkan oleh gas yang terkandung dalam madu sehingga menyebabkan terjadinya tekanan yang memaksa madu keluar dari botol. Hal ini juga dikarenakan madu hanya disegel secara manual, sehingga madu dapat meluber keluar. Secara keseluruhan kemasan kurang menarik perhatian konsumen dan tidak memiliki fungsi untuk melindungi produk sebagaimana mestinya.

Yang membuat Madu Buen menjadi produk madu yang berbeda dengan madu lainnya adalah karena madu ini merupakan madu hutan liar, di mana sumber madu ini berasal dari berbagai macam tumbuh-tumbuhan.

Terdapat banyak sekali produk madu yang ada di pasaran. Madu Buen memerlukan suatu identitas untuk membedakan dirinya dengan produk madu lain. Oleh karena itu diperlukan suatu *brand positioning* untuk menonjolkan bahwa produk ini merupakan madu asli hutan liar, yang memosisikan dirinya sebagai madu hutan liar yang eksklusif, dikarenakan pemanenannya tergantung oleh alam dan musim.

Perancangan kemasan ini ditujukan untuk melindungi dan menjaga keamanan produk. Selain itu perancangan ini juga ditujukan untuk mengenalkan kepada masyarakat bahwa Madu Buen adalah madu hutan liar yang asli dan murni, serta mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan kegunaan madu.

Saat ini di pasaran terdapat berbagai macam madu, baik madu asli dan madu palsu. Tak hanya itu, madu yang dijual di pasaran kebanyakan adalah madu ternak. Madu lokalpun juga akhirnya harus bisa bersaing dengan madu luar. Ini adalah tantangan tersendiri bagi Madu Buen untuk dapat menunjukkan identitasnya pada kemasan sebagai produk madu yang berbeda dengan madu pada umumnya.

Citra yang ingin ditampilkan melalui kemasan adalah bahwa Madu Buen merupakan madu hutan liar, bukan madu ternak. Selain itu madu ini adalah madu murni dan asli, tanpa diproses lebih jauh. Madu Buen juga merupakan madu yang eksklusif karena jumlahnya yang terbatas. Hal ini dikarenakan pasokannya tergantung dengan alam. Melalui perancangan kemasan ini diharapkan dapat menghadirkan suatu kemasan yang menarik dan menunjukkan kesan keaslian, kemurnian, serta ke-eksklusifan madu yang jumlahnya terbatas ini. Tak hanya itu, Madu Buen ingin mengedukasi konsumen mengenai madu hutan liar, cara penyimpanan madu, serta fenomena/fakta yang sering terjadi pada madu. Sehingga masyarakat menjadi lebih mengerti dan dapat memilih madu dengan lebih cermat.

Identitas yang ditampilkan pada kemasan adalah BUEN *Forest Honey*. Penambahan kata "*Forest*

"Honey" adalah untuk menampilkan identitas Madu Buen sebagai madu hutan, bukan madu ternak seperti produk madu pada umumnya.

Image yang ingin ditampilkan pada produk serta kemasan Madu Buen adalah *modern*, namun masih menampilkan sisi natural yang merupakan gambaran dari sifat natural madu yang diambil langsung dari hutan liar.

Logo Buen yang masih dipakai akan digantikan dengan logo baru karena kurang sesuai dengan *image* Madu Buen yang baru. *Image* yang akan ditampilkan nantinya menggunakan konsep modern yang masih memiliki sisi natural.



Gambar 2. Hasil Desain Logo Buen

Dari hasil penelitian data secara mendalam maka diperoleh konsep untuk mendesain logo ulang. Konsep dalam mendesain logo adalah menggabungkan gambar lebah dan bunga. Sebab dalam perancangan produk ini, madu yang dijual merupakan madu hutan yang dihasilkan oleh lebah yang diambil dari tumbuhan-tumbuhan, maka yang ditampilkan adalah perpaduan gambar lebah dan kelopak bunga. Tampilan gambar lebah dibuat ikonik, sederhana, agar terlihat modern dan menarik.

Pada *brand* menggunakan *typeface* Bellerose Light untuk menampilkan kesan modern. Sedangkan untuk *headline* menggunakan font Coneria Script untuk menampilkan kesan dapat dipercaya dan orisinalitas, karena *typeface* script menyimbolkan tulisan tangan.

Warna *cooperate* yang digunakan adalah hitam, putih, dan kuning-oranye. Warna kuning-oranye ini mampu merepresentasikan produk yang dijual, yaitu madu.

Dalam penelitian ini, didapatkan bahwa kemasan yang perlu di desain ulang adalah kemasan botol kecil dan botol besar. Namun dalam pelaksanaannya dirancang beberapa kemasan tambahan serta media pendukung kemasan. Berikut penjelasan kemasan yang dirancang:

1. Bentuk

Kemasan yang akan digunakan tetap menggunakan botol kaca berukuran 250 ml dan 650 ml. Namun karena konsep perancangan kemasan yang ditetapkan adalah alamiah dan modern, maka bentuk botol kaca akan diubah ke bentuk yang lebih modern.

Untuk kemasan 250 ml, menggunakan botol berbentuk seperti botol selai. Sedangkan untuk kemasan 650 ml, menggunakan botol seperti botol anggur yang memiliki bentuk yang lebih dinamis.

Untuk botol 250 ml dan 650 ml memiliki kemasan sekunder, yaitu kemasan untuk mengemas botol-botol madu tersebut agar tidak pecah. Untuk kemasan madu 250 ml akan dirancang kemasan kotak persegi dengan kapasitas 1 botol. Untuk botol 250 ml juga akan dirancang kemasan premium (*gift box*). Sedangkan untuk kemasan 650 ml, akan dirancang kemasan kotak untuk mengurangi terjadinya botol pecah. Tak hanya itu, akan dirancang juga kemasan tersier yaitu *paper bag* untuk memudahkan saat membawa banyak produk 250 ml serta 650 ml. Selain itu terdapat juga media pendukung dalam mempromosikan serta mengedukasi konsumen perihal madu, yaitu berupa *booklet*.

2. Bahan

Bahan yang digunakan pada jar dan botol adalah kaca. Hal ini dikarenakan madu akan bereaksi dengan bahan lain seperti plastik ataupun seng jika terkena panas. Tutup botol yang digunakan adalah tutup yang kuat sehingga membuat botol menjadi kedap udara. Hal ini mencegah melubernya madu dari dalam botol. Pemilihan botol sebagai kemasan utama tidak dapat digantikan, walaupun hal ini memungkinkan botol akan dapat pecah baik karena ketidaksengajaan (jatuh) atau karena tekanan gas yang ditimbulkan oleh madu. Untuk permasalahan tekanan gas pada madu hanya bisa diselesaikan dengan melakukan beberapa proses setelah memanen madu dan tidak mengisi madu terlalu penuh pada botol.

Untuk label produk menggunakan stiker. Untuk kemasan sekunder jar menggunakan karton tebal, yang mudah dilipat, namun masih memiliki struktur yang kuat. Pada *paper bag* juga digunakan bahan karton tebal. Penggunaan karton ini ditujukan agar produk terlihat natural. Untuk

kemasan premium menggunakan bahan kayu. Pemakaian bahan kayu bertujuan agar produk terlihat lebih mewah dan juga natural.

3. Gaya Desain

Gaya desain yang diterapkan adalah modern, *simple*, dan natural. Gaya desain *simple* dipilih karena lebih menunjukkan kesan mewah di mana sesuai dengan citra dari Madu Buen.

4. Warna

Untuk memberi kesan alami pada madu, keseluruhan desain Madu Buen menggunakan warna- warna natural, yaitu hitam, krem, dan putih. Selain itu juga dipadukan dengan warna- warna yang menjadi turunan warna madu, yaitu coklat tua sampai dengan coklat muda. Untuk menonjolkan sisi natural dari produk madu, maka digunakan beberapa warna *soft* dari ilustrasi madu serta tumbuhan yang menjadi sumber madu.

Pada Kemasan primer, sekunder, dan tersier hanya menggunakan 1 warna untuk menekan biaya produksi.

5. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi dari corak Kalimantan Timur itu sendiri. Corak ini akan ditampilkan secara vektor pada kemasan primer. Corak Kalimantan Timur ini pada umumnya adalah motif manusia atau motif manusia (nenek moyang) yang dikombinasikan dengan motif burung enggang dengan hiasan lengkung. Motif manusia melambangkan nenek moyang, sedangkan motif topeng dengan kombinasi burung enggang melambangkan wajah istri raja ditarikan pada upacara raja yang melambangkan suatu kepemilikan atau pelindung terhadap barang yang memiliki motif tersebut. Sedangkan motif burung enggang memiliki makna kesetiaan dan keberanian.

Makna keberanian dan kesetiaan ini adalah makna bahwa para petani madu berani dengan segenap usaha dan jerih payah untuk memanjat dan mencari madu di hutan belantara. Tak hanya itu Madu Buen memiliki kesetiaan untuk mempertahankan kualitasnya dengan memberikan madu murni dan alami dari hutan yang bebas polusi.

Pada kemasan sekunder digunakan ilustrasi bunga yang sederhana dengan *finishing die cutting*. Dengan dilakukannya *die cutting*,

maka akan terlihat produk madu di dalamnya.

Pada kemasan tersier (*paperbag*) akan digunakan kembali corak Kalimantan Timur. Untuk penjelasan/edukasi tentang madu akan digunakan simbol yang pengerjaannya menggunakan vektor.

6. Teks

Tipografi yang digunakan pada nama merek adalah sans serif. Sedangkan pada sub merek menggunakan huruf serif. Untuk teks penjelasan menggunakan kombinasi antara huruf serif dan sans serif. Untuk teks yang cukup panjang akan digunakan huruf serif untuk memudahkan konsumen dalam membaca.

Teks yang digunakan pada kemasan maupun booklet pada umumnya adalah Bahasa Inggris. Pemilihan Bahasa Inggris ini dikarenakan target konsumennya merupakan masyarakat lokal kalangan menengah ke atas dan masyarakat non- lokal, yang pada umumnya mengerti dan memahami Bahasa Inggris.

Pada *brand* menggunakan *typeface* Bellerose Light untuk menampilkan kesan modern dan kemudahan dalam membaca. Sedangkan untuk *headline* menggunakan font Coneria Script untuk menampilkan kesan dapat dipercaya dan orisinalitas, karena *typeface* script menyimbolkan tulisan tangan. Untuk *body copy* menggunakan *font* Avenir yang cenderung menampilkan kesan *simple* dan mewah.

Kemasan Reguler

Kemasan regular yang terdiri dari kemasan premier, sekunder, dan tersier, mengaplikasikan corak batik Dayak Kalimantan Timur. Hal ini dipilih selain karena corak memiliki fungsi untuk memperindah yang diharapkan penampilannya akan menjadi lebih menarik, produk berasal dari pedalaman Kalimantan Timur yang erat kaitannya dengan suku Dayak.

Pada kemasan ini menggunakan warna-warna natural dan organik, seperti coklat, putih, hitam. Hal ini dilakukan untuk menunjang kesan *simple* dan untuk menekan biaya produksi kemasan.

Kemasan Premium

Pada mulanya madu di Kalimantan Timur dijadikan sebagai oleh-oleh yang biasa diberikan kepada keluarga dan kerabat. Oleh karena itu, pada

perancangan kemasan produk ini dibuat suatu kemasan premium yang dapat dijadikan sebagai salah satu oleh-oleh maupun hadiah.

Kemasan ini menggunakan bahan kayu serta pengaplikasian logo yang digrafir pada sisi atas kemasan. Bentuk kemasan ini juga perlu dipikirkan efisien dan ergonomisnya, sehingga dipilihlah bentuk kotak. Kemasan untuk *jar*, dapat diisi dengan 3 *jar* beserta *honey dipper* dan booklet mengenai madu hutan. Sedangkan kemasan untuk botol, hanya dapat diisi oleh satu botol.

Berikut adalah beberapa gambar desain final kemasan dan media:



m

Gambar 3. Desain Kemasan Jar



Gambar 4. Desain Kemasan Kotak Jar



Gambar 5. Desain Kemasan Botol



Gambar 6. Desain Kemasan Premium



Gambar 7. Kartu Nama



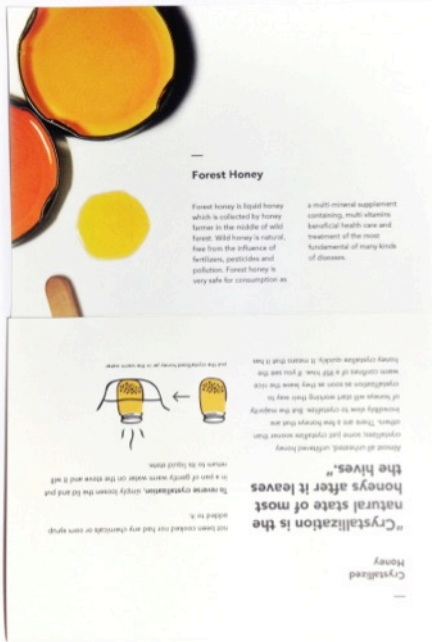
Gambar 8. Paper Bag



Gambar 9. Booklet



Gambar 10. Graphic Standard Manual



Gambar 11. Isi Booklet



Gambar 13. Booklet sisi belakang

Kesimpulan

Pada perancangan ini dapat disimpulkan bahwa pada saat ini kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah atau pelindung, namun sebagai daya tarik dalam menjual produk. Kemasan yang menarik baik dari sisi bentuk dan grafisnya akan memberi nilai jual yang lebih tinggi.

Dalam perkembangannya, banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama membuat konsumen akan semakin memberikan konsumen banyak pilihan. Oleh karena itu diperlukan suatu pembedaan agar lebih dikenal dan diingat oleh konsumen. Dalam perancangan ini, madu Buen tidak memberikan suatu pembedaan / identitas tertentu pada produk yang dijualnya. Buen hanya sekedar melabelkan dirinya sebagai madu Kalimantan Timur, yang dapat diketahui bahwa terdapat banyak sekali produk madu yang dijual di Kalimantan Timur. Oleh karena itu, sangat penting untuk Buen mempunyai suatu pembeda yang menjadi suatu jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka dirancanglah suatu kemasan, selain berguna untuk membedakan madu Buen dengan madu lain, perancangan kemasan ini dipilih karena fungsi kemasan yang kurang memberi keamanan terhadap produk.

Merancang kembali desain kemasan, merupakan suatu langkah awal untuk menarik perhatian para konsumen terhadap produk madu yang baru saja ikut pada persaingan skala nasional. Desain kemasan yang menarik tentu memiliki pendapat untuk menarik



Gambar 12. Isi Tengah Booklet

perhatian konsumen untuk membeli suatu produk. Selain itu hal ini dapat pula menaikkan nilai jual madu lokal yang selama ini dapat dikatakan rendah. Pada perancangan ini, Buen memberikan identitas pada dirinya sebagai madu asli hutan Kalimantan Timur.

Oleh sebab itu digunakan motif batik Dayak yang menjadi ciri khas Kalimantan Timur. Kualitas produk madu yang diberikan adalah kualitas madu terbaik, maka tampilan kemasan dibuat modern dan minimalis, namun tetap terasa alami.

Daftar Pustaka

- Nawawai, H. Hadari. *Metode Penelitian Ilmiah Bidang Sosial*. Jakarta: Erlangga, 1991.
- “Program Mendorong Penguatan Tata Kelola Hutan & Lahan di Kabupaten Paser”. *Prakarsa Borneo*. 2013. Perkumpulan Prakarsa Borneo. 24 Feb 2014. <<http://prakarsa-borneo.org/2013/09/program-mendorong-penguatan-tata-kelola-hutan-lahan-di-kabupaten-paser/>>.
- Wirya, Iwan. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.