

**PERANCANGAN KEMASAN PERMAINAN TRADISIONAL  
BRAND DO-DOLAN-KU SERTA MEDIA PENDUKUNG NYA UNTUK  
ANAK-ANAK USIA 6-12 TAHUN**

Levina Octaviani, Dr. Bing Bedjo Tanudjaja, M.SI,  
Daniel Kurniawan S.,Sn.,M.Med.Kom

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Jalan Siwalankerto, Surabaya  
Email : Levinaoctaviani@gmail.com

**Abstrak**

Permainan tradisional merupakan salah satu permainan yang dimainkan oleh anak-anak jaman dahulu serta berperan sebagai warisan kebudayaan Indonesia yang harus dilestarikan. Namun, dengan adanya permainan moderen yang beredar di jaman ini membuat permainan tradisonal sudah tidak lagi diingat bahkan tidak dikenal oleh anak-anak. Diharapkan dengan adanya permainan tradisional yang dikemas dengan kemasan yang modern, dapat membuat para orang tua tertarik untuk mengenalkan permainan tradisional kepada anak-anaknya. Selain itu untuk dapat melestarikan kebudayaan Indonesia lewat permainan tradisional.

Kata Kunci : Permainan tradisional, kemasan, promosi, kebudayaan, Indonesia

*Abstract*

*Traditional games are one of the games played by children in the past, it also acts as the Indonesian cultural heritage that must be preserved. However, with the presence of modern games circulating in this era, traditional games are no longer remembered, even children doesn't know about it. It is expected that if traditional games are packed with modern packaging, parents will be interested in introducing traditional games to their children, it will also be able to preserve Indonesian culture through traditional games.*

*Keywords: Traditional games, packaging, promotion, culture, Indonesia*

**Pendahuluan**

Permainan merupakan sesuatu yang banyak digemari oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Menurut Soetjningsih (1998) bermain merupakan unsur yang paling penting untuk perkembangan anak baik fisik, emosional, mental, intelektual, kreativitas, dan sosial. Bermain merupakan kecenderungan dari anak-

anak bayi, batita, balita, hingga remaja. Hasil survei juga mengungkap bahwa 71 persen anak main saat bepergian, 70 persen bermain di rumah makan, 40 persen bermain di rumah teman, dan 17 persen bermain di sekolah. Tidak bisa dipungkiri anak yang terlahir di era digital sudah mengenal *gadget* sejak bayi.

Dengan berkembangnya teknologi yang ada di Indonesia membuat dampak yang cukup signifikan pada anak-anak. Menurut forum pemberdayaan perempuan di Indonesia, 65 persen anak-anak di Indonesia tidak lagi mengenal permainan tradisional sebagai dampak dari perkembangan teknologi. Bagi usia anak-anak, penggunaan *gadget* secara berlebihan akan menghambat pertumbuhan sel syaraf pada otak anak. Permainan tradisional di Indonesia sudah mulai dilupakan oleh masyarakat Indonesia khususnya para orang tua yang akan berpengaruh terhadap anaknya.

Dengan hilangnya peran permainan tradisional yang tergeserkan oleh adanya *gadget* yang sedang marak pada era ini dan krisisnya kepedulian orang tua terhadap hal ini, maka perlu diperkenalkan kembali perihal permainan tradisional dengan cara yang moderen untuk menarik kembali minat para orang tua serta anak-anak untuk pertumbuhan serta perkembangan mental dan kecerdasan anak-anak. Untuk menarik para orangtua serta anak-anak maka dilakukan dengan cara mengemas permainan tradisional tersebut dengan cara moderen.

### **Metode Penelitian**

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang perancangan kemasan dan promosi ini dilakukan di Kota Surabaya, Jawa Timur. Proses penelitian yang dimulai dengan penyusunan proposal sampai pengolahan hasil penelitian menjadi rancangan desain kemasan dan promosi.

#### Teknik Pengumpulan

#### Data Studi Pustaka

Adalah buku-buku referensi maupun sumber-sumber lain dari internet yang sesuai dengan perancangan desain.

Wawancara dilakukan oleh peneliti dan produsen selaku narasumber untuk mendapatkan data pendukung.

#### Metode Observasi

Metode observasi dilakukan di beberapa pusat oleh-oleh untuk mengamati kebiasaan konsumen.

#### Metode dokumentasi

Mengumpulkan foto-foto data referensi desain ( gambar ) melalui kamera handphone maupun kamera SLR.

#### Internet

Data yang diambil melalui internet.

### **Pembahasan**

#### **Alasan mengemas Permainan Tradisional**

Kemasan merupakan sarana estetika untuk berkomunikasi kepada semua orang dengan latar belakang yang berbeda-beda. (Christine & Natadjaja, 2017: 4).

Menurut Kotler (1995 : 200) Pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk.

Dari uraian di atas jelas bahwa kemasan memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah produk. Untuk itu perancangan ini dilakukan dengan re-desain kemasan agar mampu mendukung citra dari permainan tradisional.

### Kegunaan Kemasan

Kemasan merupakan wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk.

Sejumlah fungsi kemasan sebagai berikut :

- a. Melindungi kualitas produk
- b. Membuat produk tahan lebih lama
- c. Sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen
- d. Membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen
- e. Membuat produk dapat diproduksi secara massal
- f. Menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen, yaitu melihat, mendengar, membaui, meraba, sampai ada keputusan membeli dan menggunakan produk.

### Peran Packaging

Pertumbuhan pasar moderen dan jenis produk makanan maupun perubahan gaya hidup masyarakat sangat mempengaruhi desain kemasan. Sekarang, konsumen tidak perlu lagi setiap hari berbelanja ke pasar. Mungkin seminggu konsumen cukup sekali dua kali berbelanja di *supermarket*. Konsumen tidak lagi tergantung dari pelayan toko untuk menjelaskan produk yang hendak dibeli, tetapi cukup membaca semua informasi pada kemasan atau iklan produk tersebut.

### Packaging sebagai Pelindung Produk.

- a. Apakah produk/bahannya sensitive terhadap *temperature*

Umumnya, pada kemasannya sudah tertulis ketentuan supaya produk disimpan di tempat tertentu.

- b. Apakah produk akan dipasarkan sebagai makanan beku.

Kemasan yang dipilih harus mampu melindungi produk beku itu supaya tidak berubah warna, rasa, bau, dan turun kualitas selama jangka waktu tertentu, sesuai kuota waktu yang dianjurkan produsen kepada konsumen.

- c. Apakah bila terjadi penyerapan udara atau *moisture* (penguapan) akan menyebabkan produk tidak laku dijual.

Dalam kondisi ini banyak dijumpai pada produk makanan seperti kacang goreng atau oven, kerupuk goreng, kentang, dan lain-lain. Karena produk seperti kerupuk yang sudah digoreng harus tetap renyah sampai kurun waktu tertentu.

- d. Apakah produknya mudah rusak karena guncangan atau hentakan.

Masalah ini sering di jumpai pada produk alat-alat komunikasi seperti telepon seluler, komputer, laptop, televisi, radio, tape, alat pecah belah rumah tangga, telur, bir, wine, dan lain-lain. Semua produk ini mudah pecah atau rusak selama distribusi dan transportasi.

- e. Apakah produknya rentan dengan terhadap serangan serangga, jamur, bakteri, atau karat?

Produk seperti kamera, telepon seluler, atau produk elektronik peka kelembaban lainnya. Produk atau kemasan dari kayu juga sangat rentan terhadap rayap

- f. Berapa lama kemasan tersebut dapat melindungi produknya.

Semua kemasan berfungsi untuk melindungi produknya sehingga perlu dilakukan uji

daya tahan kualitas produk sesuai standar waktu yang ditetapkan. Uji daya tahan juga diperlukan untuk mengetahui sampai berapa lama produk laku di pasaran.

## **Komponen kemasan**

### **a. Kemasan Primer**

Disebut kemasan primer karena kemasan ini langsung bersinggungan dengan produknya. Contohnya botol, *tube*, dan tutupnya disebut kemasan primer karena langsung kontak dengan produk

### **b. Kemasan Sekunder**

Kemasan Sekunder disebut juga *transport packaging* diperlukan untuk melindungi kemasan primer selama dalam penyimpanan di gudang serta saat didistribusikan ke pelanggan parta besar maupun pelanggan eceran.

### **c. Secondary Packaging**

Ada beberapa jenis *secondary packaging* atau kemasan penunjang yang digunakan sebagai pelindung kemasan primer dan sekunder.

## **Permainan Tradisional**

### **Definisi**

Permainan tradisional menurut Yunus (1981) umumnya bersifat rekreatif, karena banyak memerlukan kreasi anak. Permainan ini biasanya merekonstruksi berbagai kegiatan sosial dalam masyarakat. Seperti : pasaran yang menirukan kegiatan jual beli, jaranan yang menirukan orang yang sedang melakukan perjalanan dengan naik kuda, permainan menthok-menthok yang melambangkan kemalasan.

## **Produk Permainan Tradisional**

### **Gasing**

Permainan ini menjadi salah satu permainan yang sering dimainkan terutama laki-laki

Ada dua pendapat yang kuat mengenai sejarah terbentuknya permainan gasing ini, pendapat pertama, mengatakan bahwa gasing awalnya adalah telur ayam yang tidak sengaja diputar dan akhirnya menjadi keasikan tersendiri untuk mengadu dan adu berputar . Pendapat kedua, mengatakan permainan ini awalnya adalah buah berembang.

### **Kelereng**

Kelereng atau sering disebut juga gundu, adalah permainan tradisional yang terbuat dari kaca dengan bentuk bulat, permainan ini karena untuk bermain ini diharuskan mempunyai *skill*.

Mainan ini dikenal di seluruh pelosok nusantara, bahkan juga di berbagai negara. Di Indonesia mainan ini memiliki nama yang berbeda-beda di masing-masing daerah.

### **Dakhon/Congklak**

Kata dakhon berasal dari kata *dhaku* dan mendapat akhiran *an*. *Dhaku* berarti mengaku bahwa sesuatu itu miliknya. Jadi, dalam permainan ini dikandung tujuan bahwa si pemain berusaha mengaku bahwa sesuatu itu adalah miliknya. *Game* ini melatih jiwa dagang anak, dan ketajaman berpikir buat nambil keuntungan.

Menurut penelitian para arkeologi dan para ahli menyakini bahwa permainan tradisional congklak ini berasal dari negeri Timur Tengah lalu menyebar ke Benua Afrika setelah itu lalu penyebaran memasuki kawasan Asia.

### **Kartu Kwartet**

Sekamelang (dalam Medisty 2013: 2) menjelaskan bahwa kartu kuartet adalah sejenis permainan yang terdiri atas beberapa jumlah kartu bergambar yang dari kartu bergambar tersebut tertera keterangan berupa tulisan yang

menerangkan gambar tersebut. Biasanya tulisan judul gambar ditulis paling atas dari kartu dan tulisannya lebih diperbesar atau dipertebal.

#### **Bola Bekel**

Bekel merupakan permainan melontarkan bola ke atas dan menangkapnya kembali. Tetapi pada saat bersamaan harus mengambil atau mengubah posisi biji-biji yang ada sesuai peraturan tingkat kesulitan yang dijalankan. Bekel adalah salah satu jenis permainan tradisional dari Jawa Tengah. Bekelan berasal dari bahasa Belanda, *bikkelen*.

#### **Promosi**

##### **Definisi**

Menurut Tjiptono, promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

##### **Tujuan**

1. Untuk menyebarluaskan informasi barang atau jasa perusahaan kepada pasar.
2. Untuk mendapatkan konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen.
3. Untuk meningkatkan penjualan.
4. Untuk membedakan dan mengunggulkan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing.
5. Untuk membentuk citra produk atau jasa dan juga nama perusahaan dimata konsumen.
6. Untuk mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen.

#### **Sosial Media**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

##### **Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi – bagikan foto dan video. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk – produknya lewat Instagram. Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur – fitur lain seperti DM (*direct message*), *comment*, *love*, dan lain-lain.

#### **Konsep Perancangan**

##### **Tujuan kreatif**

Tujuan dari pengemasan serta pembuatan *brand* permainan tradisional ini yaitu untuk meningkatkan pembelian permainan tradisional secara online serta menghimbau para orang tua untuk mengenalkan permainan tradisional serta kebudayaan Indonesia. Maka dari itu, permainan tradisional dipromosikan dan di jual dengan cara yang kreatif serta moderen. Dengan promosi yang kreatif yaitu membuat konten-konten serta fakta-fakta mengenai kebudayaan Indonesia yang dapat menambah

wawasan serta meningkatkan penjualan permainan tradisional lewat penjualan *online*.

#### Strategi Kreatif

Dengan membuat kemasan yang moderen sehingga sesuai dengan perkembangan zaman sehingga sesuai dengan gaya orang tua serta masyarakat moderen. Untuk mempromosikan penjualan produk ini, digunakan sosial media sebagai pilihan tempat untuk menjual permainan tradisional. Sosial media yang digunakan ialah *Instagram*. Menggunakan *Instagram* karena berdasarkan survey lapangan *Instagram* merupakan pilihan orang tua muda untuk dioperasikan. Membuat fakta-fakta serta seputar pengetahuan mengenai kebudayaan Indonesia melalui permainan tradisional.

#### Pola Dasar Bentuk Kemasan

Awal ide dari bentuk kemasan ialah seperti box yang dapat dibuka tutup dengan cara digeser bagian tutupnya seperti *box* sepatu, namun karena cara buka tutup demikian kemungkinan hilangnya tutup dari *box* nya akan semakin besar. Dibuat dengan sistem seperti bentuk buku agar praktis dan hanya membuka lewat magnet yang diletakkan pada bagian pembuka *box*. Kemasan berbentuk persegi panjang dan ukuran yang digunakan mengikuti ukuran dan bentuk dari permainan tradisional.

#### Konsep Visual

Konsep dari logo ‘Dodolan-ku’ ini ialah, dari kalimat ‘Dolan’ yang berarti bermain. Sedangkan ‘Dodolan’ merupakan bahasa jawa dalam arti barang yang dijual. Jika digabungkan, memiliki makna berjualan.

*Tag line* dari logo ini ialah ‘bermain untuk belajar’ yang memiliki konsep

selain bermain permainan tradisional, didalam sosial media maupun dalam kemasan terdapat pengetahuan mengenai permainan tradisional



Gambar 1. Gambar logo

Juga disediakan Brosur dan sticker sebagai media *offline* untuk promosi. *Shopping bag* untuk pembelian. Serta kartu cara bermain untuk sebagai panduan dalam bermain.

#### Kemasan

##### Ilustrasi



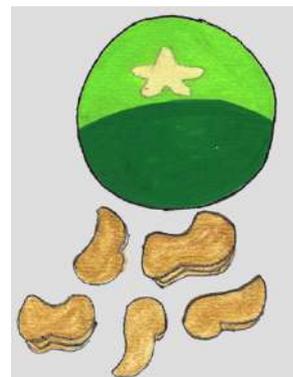
Gambar 2 Bermain Dakhon/Congklak



Gambar 3 Bermain Bola Bekel



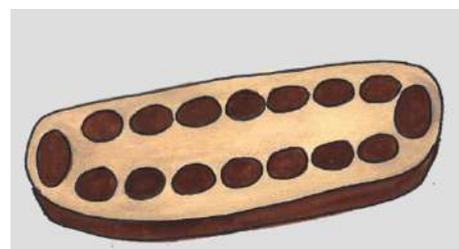
Gambar 4 Bermain Kartu kwartet



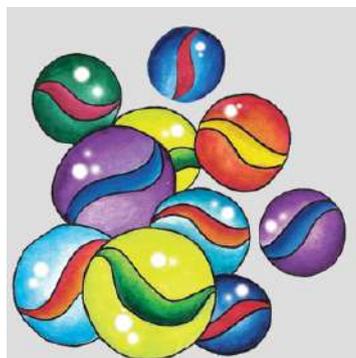
Gambar 8 Bola Bekel



Gambar 5 Bermain Gasing



Gambar 9 Dakon/Congklak



Gambar 6 Kelereng



Gambar 10 Gasing



Gambar 7 Kartu Kwartet



Gambar 11. Kemasan Gasing



Gambar 12. Kemasan bola bekel



Gambar 13. Kemasan Dakhon



Gambar 14. Kemasan Kelereng



Gambar 15. Kemasan Kelereng

**Brosur**

Brosur dipergunakan sebagai media pendukung dalam mempromosikan produk permainan tradisional. Didalam poster tersebut terdapat pengetahuan mengenai masing-masing dari 5 permainan tradisional tersebut. Brosur ini dibuat dengan bentuk dari atas kebawah. Dengan pengetahuan mengenai permainan tradisional, para orang tua dapat mengajarkan pula kepada anak-anaknya dan menarik untuk membuka sosial media yang sudah tertera di halaman depan brosur tersebut.



Gambar 16 Brosur bagian depan



Gambar 17 Brosur bagian belakang

**Sticker**

Penggunaan *sticker* ini bertujuan untuk menarik para *target audience* untuk mencari tau mengenai permainan tersebut. Lewat *sticker*, akan digabungkan dengan menggunakan brosur.



Gambar 18 *Sticker* permainan tradisional

**Kartu cara bermain**

Kegunaan kartu cara bermain ini ialah agar anak-anak dapat membaca sendiri

tanpa terlalu banyak panduan dari orang tua dan dapat memahami lebih baik. Sementara para orang tua akan menjelaskan lebih lanjut saat mereka kurang memahami.



Gambar 19 Kartu Cara Bermain

**Instagram**

Kegunaan Instagram dalam promosi ini ialah untuk memperkenalkan pengetahuan mengenai kebudayaan permainan tradisional serta untuk menjual produk permainan tradisional melalui media *online*.



Gambar 20 Instagram Dodolankoe

**Poster**

Media poster ini dibuat untuk mempromosikan permainan tradisional yang dikhususkan untuk anak-anak. Maka dari itu dibuat banyak ilustrasi yang nampak pada poster tersebut agar

anak-anak serta orang tua dapat tertarik untuk melihat. Selain itu, kalimat ‘ini dolananku, mana dolananmu’ ini seolah anak kecil yang berbicara kepada temannya dan menunjukkan mainan yang dibelinya.



Gambar 21 Poster

#### Shopping bag



Gambar 22 Shopping bag

#### Kesimpulan

Dengan adanya perancangan kemasan untuk sebuah produk dapat disimpulkan bahwa kemasan merupakan peranan yang penting untuk mempromosikan sebuah produk selain melalui media *online* maupun *offline*. Apabila kemasan didesain dengan kreatif, unik, serta sesuai dengan perkembangan jaman,

maka dengan lebih mudah sebuah produk terjual.

Dengan dibuatnya kemasan untuk permainan tradisional yang lebih menonjolkan sisi ilustrasi serta tradisional yang dipadukan dengan *layout* yang moderen, akan lebih mudah untuk menarik anak-anak maupun orang tua untuk membeli serta memperkenalkan kepada anak-anaknya. Selain untuk bermain, kemasan ini berisikan sedikit ilmu yang disampaikan sehingga para orang tua dapat memberitaukannya kepada anak-anaknya. Kemasan ini berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk, belajar, serta media promosi.

#### Ucapan Terimakasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan berbagai pihak yang telah membantu penulis selama proses penelitian berlangsung.

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Dr. Bing Bedjo Tanudjaja, M.SI dan Bapak Daniel Kurniawan S.,Sn.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing
3. Bapak Obed Bima Wicandra, S.Sn., M.A. dan Ibu Asthararianty, S.Sn., M.Ds selaku dosen penguji.
4. Orang tua dan teman-teman yang telah banyak membantu.

#### Daftar pustaka

Danandjaja, James. 1987. *Folklor Indonesia: Ilmu Gosip, Dongeng, dan lain lain*. Cetakan V. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama* . (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 219.

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. (Yogyakarta: BPFE, 2000), 237.

Julianti, Sri. (2014). *The Art Of Packaging*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Aris K, (2019). Pengertian Ilustrasi Menurut Para Ahli Serta Sejarah, Fungsi Dan Tujuannya. April, 2019, from <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-ilustrasi-menurut-para-ahli-serta-sejarah/>

Angga, Jun, Ajir, Ian, (2010). Logo dan Brand : Pengertian, Fungsi, dan Perbedaannya, Oktober, 2010, from <http://www.desainstudio.com/2010/10/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan.html>

Adhi W, (2016). Arti Warna dan Filosofinya dalam Desain Kemasan. Agustus, 2016, from <http://www.ceritadesain.com/2016/08/arti-warna-dan-filosofinya-dalam-desain.html>

Gasing Indonesia, (2009). Apa dan Bagaimana Gasing Nusantara ?, Februari, 2009, from <https://gasingindonesia.wordpress.com>.

Angeline F, (2018) Permainan Kelereng (gundu), Juni, 2018, from <https://permainan-bocah.blogspot.com/2017/03/permainan-kelereng-gundu.html>

Mainan Tradisional Indonesia, (2013), Permainan Congklak / Dakon, Agustus, 2013, from <https://mainantradisionalindonesia.wordpress.com/2013/08/23/permainan-congklak-dakon/>

Ambar, (2017) Teori Postmodern – Pengertian – Kritik, Oktober, 2017, from <https://pakarkomunikasi.com/teori-postmodern>

Angga, Jun, Ajir, Ian, (2010). Pengertian Serif dan Sans Serif, April, 2010, from <http://www.desainstudio.com/2010/10/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan.html>