

## PERANCANGAN KEMASAN MAKANAN RINGANJAGUNG TITI ASAL FLORES

Josceline Christella<sup>1</sup>, Fariha Eridani Naufalina<sup>2</sup> dan Novian Denny Nugraha<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

[joscelinechristella@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:joscelinechristella@student.telkomuniversity.ac.id), [farihaen@telkomuniversity.ac.id](mailto:farihaen@telkomuniversity.ac.id),

[dennynugraha@telkomuniversity.ac.id](mailto:dennynugraha@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak** : Flores merupakan sebuah pulau di Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Flores sudah cukup dikenal masyarakat karena keindahan alamnya, namun sayang kebudayaan masyarakat Flores masih kurang dikenal. Salah satu sektor identitas kebudayaan Flores yang masih belum dikenal yaitu makanan tradisional. Makanan tradisional adalah resep makanan yang terbuat dari bahan yang tersedia secara lokal yang telah diturunkan dan dikonsumsi selama beberapa generasi. Jagung titi merupakan salah satu makanan ringan khas flores yang dapat menjadi pilihan tepat sebagai sarana pengenalan kebudayaan Flores. Jagung titi masih kurang dikenal oleh masyarakat luas walaupun memiliki banyak kelebihan seperti gizi yang seimbang dan memiliki masa simpan yang lama. Maka dari itu diperlukan perancangan media yang dapat mempromosikan produk kebudayaan Flores ini. Metode yang digunakan pada laporan Tugas Akhir ini adalah metode kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis matriks SWOT untuk menyelesaikan masalah yang dialami. Diharapkan dengan adanya perancangan ini mampu meningkatkan ketertarikan dan wawasan masyarakat luas mengenai kebudayaan Flores, khususnya jagung titi.

**Kata Kunci** : Kemasan, Jagung Titi, Flores.

**Abstract** : Flores is an island in East Nusa Tenggara, Indonesia. Flores is already quite known to the public for its natural beauty, but unfortunately, the culture of the Flores community is still not well-known. One of the sectors of Flores' cultural identity that remains unfamiliar is its traditional food. Traditional food consists of recipes made from locally available ingredients that have been passed down and consumed for several generations. "Jagung titi" is one of the distinctive snacks of Flores that can be a suitable choice as a means of introducing Flores' culture. Despite its numerous advantages such as balanced nutrition and a long shelf life, "jagung titi" is not widely recognized by the general population. Therefore, a media design is needed to promote this cultural product from Flores. The method used in this Final Project report is a qualitative approach through observation, interviews, and literature review. Meanwhile, the analytical method employed is SWOT analysis to address the encountered issues. It is hoped that with the implementation of this design, it will enhance the interest and awareness of the broader community regarding Flores' culture, especially "jagung titi".

**Keywords**: Packaging, Jagung Titi, Flores

## PENDAHULUAN

Identitas budaya adalah ciri khas yang memisahkan sebuah kelompok dari yang lain. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki keragaman budaya yang unik dan kaya. Namun, ancaman terhadap kelestarian budaya datang dari budaya asing dan perubahan nilai masyarakat. Untuk menjaga budaya ini, diperlukan strategi pengenalan kepada generasi mendatang.

Makanan tradisional adalah identitas daerah. Ini adalah resep makanan yang terbuat dari bahan lokal, diwariskan dan dikonsumsi turun-temurun. Makanan tradisional terbagi menjadi empat bagian: makanan utama, lauk pauk, camilan, dan minuman. Fungsinya adalah memenuhi gizi, melengkapi upacara, menggambarkan tata krama dan status sosial, juga sebagai sarana komunikasi.

Flores adalah pulau di Nusa Tenggara Timur, yang mayoritas makanan tradisionalnya berbahan dasar jagung. Flores memiliki topografi cocok untuk bercocok tanam jagung. Jagung memiliki banyak manfaat seperti antioksidan, karbohidrat, protein, vitamin E, C, B, K, dan serat. Karena itu, jagung menjadi makanan utama di Flores. Termasuk camilan "Jagung Titi" yang sering dikonsumsi warga Flores.

Meskipun Flores dikenal akan keindahan alam seperti Labuan Bajo, Danau Kelimutu, dan Desa Wae Rebo, budayanya masih kurang dikenal oleh wisatawan domestik. Ini menyebabkan ketergantungan ekonomi pada satu sektor dan kesulitan pemerataan pertumbuhan ekonomi. Sektor kuliner Flores, termasuk "Jagung Titi", memiliki potensi untuk memperkenalkan budaya Flores karena gizi seimbang, masa simpan lama, dan rasa yang dikenal masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, studi Pustaka, dan wawancara. Metode observasi akan diaplikasikan terhadap kemasan makanan ringan tradisional yang tersedia. Metode observasi juga akan dilakukan pada kebudayaan Flores dan obyek penelitian yaitu Jagung Titi. Pengumpulan data studi

pustaka dilakukan lewat jurnal, buku, tesis dan pendapat ahli sebagai bentuk penggalian data terhadap hal yang terkait yaitu kemasan makanan ringan dan obyek penelitian yaitu Jagung Titi dengan tujuan memahami lebih dalam topik dan pengaplikasian yang tepat. Wawancara merupakan pengumpulan data melalui sesi tanya jawab dengan ahli budaya flores dan pihak produsen obyek sebagai sumber data. Metode analisis data yang digunakan pada perancangan ini adalah analisis SWOT. Digunakan metode analisis ini untuk mengetahui *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*.

## HASIL DAN DISKUSI

### Data dan Analisis

UMKM Antara-1 didirikan pada tahun 2008, namun baru terdaftar P-IRT pada tahun 2013. UMKM ini didirikan seorang diri oleh Petronela Soe yang seorang ibu rumah tangga. UMKM ini berlokasi di kelurahan Naikoten II, Kupang. Pada saat ini, Antara-1 belum memiliki cabang, dan beroperasi dengan pemilik serta suami dan anak pemilik yang ikut membantu, dan dua orang karyawan. Produk Antara-1 hingga saat ini baru jagung titi saja. Proses produksi yang dilalui Antara-1 adalah mengolah jagung yang sudah dititi dan dikeringkan dengan digoreng menggunakan minyak sayur dan diberi garam. Sesudah siap dikemas, jagung titi kemudian dikemas menggunakan plastik yang di segel dan diberi kertas pemberi informasi didalam kemasan. Produk yang sudah dikemas lalu didistribusikan keberbagai tempat penjual makanan serta tempat oleh-oleh di Flores dan sekitarnya. Media promosi yang digunakan Antara-1 belum ada selain peletakan produk di berbagai kios-kios penjualan.

Jagung Titi sendiri merupakan hidangan kuliner khas yang berasal dari wilayah Nusa Tenggara Timur, terutama di bagian timur Pulau Flores, seperti di Solor, Adonara, Alor, dan Lembata. Nama "Jagung Titi" berasal dari metode pengolahannya yang melibatkan penjemuran biji jagung yang kemudian dititi di atas batu. Antara-1 merupakan merek kudapan Jagung Titi dengan jumlah penjualan tertinggi didalam dan diluar flores.



Gambar 1 Kemasan makanan jagung titi Antaran - 1

Sumber: [shopee.co.id](https://shopee.co.id)

Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yaitu antara lain kepala dinas Koperasi & UKM Flores Timur, ahli kemasan, pemilik Antara-1, dan khalayak sasaran. Berdasarkan hasil wawancara dari berbagai pihak dapat disimpulkan bahwa perancangan kemasan makanan ringan jagung Ttiti asal Flores dapat membantu mempromosikan kebudayaan Flores, dimana saat ini promosi kebudayaan Flores merupakan sebuah urgensi karena kebudayaan Flores belum dikenal oleh banyak masyarakat. Terutama perancangan kemasan makanan Flores, dikarenakan belum adanya rumah produksi kemasan yang layak di Flores dan sekitarnya. Perancangan kemasan yang mengandung unsur kebudayaan dapat menyampaikan pesan tersebut dengan efektif, dengan merancang berbagai aspek desain yang disesuaikan dengan khalayak sasaran perancangan. Kemasan berperan penting dalam menarik minat audiens, dimana audiens memperhatikan berbagai aspek seperti penggunaan material kemasan, kelengkapan informasi produk pada kemasan, fungsionalitas kemasan, keseluruhan tampilan kemasan, dan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan dari melakukan wawancara dan juga pengamatan melalui internet dan media yang tersedia lainnya, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan Flores masih kurang dikenal oleh masyarakat luas. Beberapa audiens yang telah diwawancarai menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui Flores atau kebudayaan Flores tapi mengenal lokasi-

lokasi terkenal di Flores seperti labuan bajo. Di Flores sendiri, masyarakat juga kurang mempromosikan kebudayaannya kepada turis yang berkunjung. Kemasan Jagung Titi Antara-1 saat ini dapat dikatakan masih memiliki kekurangan. Sesuai dengan peraturan BPOM RI, kemasan harus memiliki beberapa ketentuan yang tidak terpenuhi di kemasan Jagung Titi Antara-1 saat ini. Selain itu, identitas visual kemasan Jagung Titi Antara-1 masih dapat dikembangkan dimana saat ini produk masih dikemas menggunakan plastik Polipropilen dan label yang hanya mengandung informasi produk tanpa menggunakan aset visual.

Matriks SWOT adalah alat formulasi pengambilan keputusan yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan untuk merancang strategi perusahaan dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang, sambil mengurangi dampak kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan (Hartono,2005).

Tabel 1 Analisis SWOT

	<b>Opporunities</b>	<b>Threat</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat meningkatkan promosi lewat berbagai media</li> <li>- Perlu memasukkan unsur budaya dalam kemasan sebagai identitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki banyak pesaing dengan produk serupa</li> <li>- Akses pembelian yang sulit dikarenakan jarak</li> </ul>
<b>Strength</b>	<b>S - O</b>	<b>S - T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan bahan-bahan alami dan tidak mengandung MSG dan pengawet buatan</li> <li>- Diproduksi secara tradisional oleh pengrajin sehingga memiliki rasa yang otentik</li> </ul>	Peningkatan promosi dengan memasukan unsur kebudayaan serta menonjolkan kelebihan bahan yang digunakan dan proses produksi.	Pembuatan kemasan yang unik dengan menonjolkan keunikan dan memperjauh jarak pendistribusian.
<b>Weakness</b>	<b>W - O</b>	<b>W - T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemasan belum mengandung informasi lengkap bahan yang digunakan</li> <li>- Belum memiliki unsur kebudayaan di kemasan</li> <li>- Masih kurang dikenal oleh masyarakat</li> </ul>	Merancang kemasan menarik dengan memasukan unsur budaya dan informasi yang lengkap serta mempromosikannya diberbagai media.	Pengemasan dirancang dengan unik dengan memasukan unsur budaya serta informasi lengkap dan kelebihan. Lalu dipromosikan lewat media dapat menjangkau masyarakat luas.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan analisis matriks SWOT, dapat diambil strategi weakness - opportunity sebagai strategi penyelesaian masalah. Perancangan kemasan dengan unik yang mengandung unsur kebudayaan Flores sekaligus mengandung informasi lengkap yang kemudian dipromosikan dengan media yang dapat menjangkau masyarakat luas diharapkan dapat membantu mengatasi kekurangan dan ancaman yang ada.

Kebudayaan Flores dapat menjadi dasar dalam perancangan kemasan ini dengan harapan produk ini dapat menjadi salah satu produk warisan budaya kuliner Flores.

### **Konsep Pesan**

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis sebelumnya, dapat disimpulkan perancangan identitas visual dan kemasan produk Jagung Titi Antara-1 ingin menyampaikan pesan berupa pengapresiasian lebih terhadap kebudayaan Flores lewat kemasan makanan ringan tradisional ini. Di zaman modern ini, makanan tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang terancam punah. Walaupun sudah banyak produk di pasaran yang menawarkan makanan ringan tradisional, namun masih banyak yang belum memasukan unsur identitas budaya di dalam kemasannya. Maka dari itu, penambahan unsur identitas budaya dapat menjadi nilai tambah yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya sekaligus menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Kemasan juga harus dirancang semenarik mungkin untuk menarik minat audiens agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

### **Konsep Kreatif**

Agar pesan dapat tersampaikan, maka perencanaan harus dibuat menarik mungkin dengan identitas yang kuat. Elemen visual khas Flores yang akan digunakan yaitu motif tenun flores yang dapat menonjolkan keunikan kebudayaan Flores dan juga ilustrasi yang mencerminkan Flores. Selain itu, bahan yang digunakan untuk pembuatan kemasan juga merupakan bahan yang memiliki unsur etnik serta ramah lingkungan yang dapat menjadi nilai tambah. Akan dilakukan

juga promosi lewat beberapa media promosi demi mencapai tujuan perancangan kemasan produk. Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) dipilih karena menawarkan manfaat yang signifikan dalam era modern saat ini, dimana strategi pemasaran memiliki fleksibilitas yang luas, terutama dalam pemanfaatan berbagai platform media sosial.

### **Konsep Media**

Dalam perancangan ini digunakan dua jenis media yaitu:

#### **Media Utama**

Media utama pada perancangan ini adalah kemasan produk Jagung Titi Antara-

**Media yang akan dirancang adalah sebagai berikut:**

#### **Logo dan Nama Merek**

Logo merupakan identitas suatu brand. Maka dari itu dibutuhkan perancangan logo yang dapat menjadi media pengenalan pertama suatu brand kepada konsumen. Saat ini Antara-1 belum memiliki logo tetap, maka perancangan logo dibutuhkan dengan desain yang simple dan mudah diingat agar penyampaian kepada konsumen dapat efektif. Perancangan logo memiliki konsep penggabungan kebudayaan Flores dan produk tersebut sendiri. Bagian yang dapat diucapkan dari merek biasa disebut nama merek. Kombinasi angka, huruf atau kata-kata yang membentuk nama yang dapat menjadi pengidentifikasi atau pembeda produk dengan pesaing. Nama merek juga membantu menetapkan citra dan identitas merek. Nama merek akan diambil dari penggabungan antara nama produk dan bahasa Flores yang berkaitan dengan produk.

#### **Desain Kemasan**

Fungsi utama kemasan adalah melindungi produk, namun selain itu kemasan juga memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan sekaligus menarik minat konsumen. Perancangan kemasan akan berfokus kepada aset budaya Flores. Terdapat dua jenis kemasan yang dirancang dimana kemasan pertama yaitu kemasan eksklusif menggunakan Batok kelapa sebagai material

kemasan, diadaptasi dari wadah makan dan minum suku Lamaholot yaitu Klobo. Ilustrasi dan motif tenun Flores juga akan digunakan guna memperkuat identitas budaya pada kemasan. Kemasan eksklusif juga akan memiliki tag yang berfungsi untuk memberikan informasi mengenai kebudayaan Flores. Kemasan retail merupakan kemasan kedua. Kemasan retail akan menggunakan struktur kemasan *Standing Pouch* yang bermaterial plastik demi mengutamakan aspek ergonomis.

### **Media Pendukung**

#### **Poster**

Sebagai media informasi mengenai keberadaan produk yang akan ditempatkan di festival kebudayaan, tempat oleh-oleh, dan tempat yang dikunjungi oleh banyak wisatawan.

#### **Flyer**

Sebagai media informasi berisi informasi mengenai produk, yang akan ditempatkan di tempat penjualan dan juga dibagikan di sekitar tempat penjualan yang tidak terjangkau media cetak lainnya.

#### **Banner**

Banner akan ditempatkan di festival kebudayaan, tempat oleh-oleh, dan tempat yang dikunjungi oleh banyak wisatawan sebagai media yang dapat menarik khalayak sasaran untuk memberi informasi mengenai keberadaan produk dan informasi umum mengenai brand dan produk.

#### **Sosial Media(Instagram)**

Di era globalisasi ini masyarakat cenderung mencari informasi melalui sosial media. Maka dari itu pemilihan sosial media terutama Instagram merupakan salah satu cara yang efektif dalam memperkenalkan suatu brand.

#### **Konsep Visual**

Sesuai konsep diatas, konsep visual akan dikembangkan dengan identitas visual kebudayaan Flores. Konsep visual yang akan digunakan meliputi tipografi dimana pada perancangan kemasan Jagung Titi Antara-1, digunakan dua jenis font dimana font pertama merupakan Font Daruma Drop Regular yang merupakan



typestyle Decorative yang memiliki tujuan memberi kesan elegan serta tradisional

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyz  
1234567890

Gambar 2 Font Daruma Drop  
Sumber: Dokumentasi penulis

dan font kedua merupakan Font Nunito Extralight yang merupakan typestyle Sans Serif yang mengutamakan fungsi sebagai font yang digunakan untuk dibagian informasi.

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyz  
1234567890

Gambar 3 Font Nunito Eztralight  
Sumber: Dokumentasi penulis

Warna-warna yang digunakan dalam perancangan kemasan Jagung Titi Antara-1 merupakan warna yang cenderung memberi kesan natural seperti warna coklat untuk memperkuat kesan etnik Flores dan juga terinspirasi dari kain tenun Sikka dan Ende. Digunakan juga warna biru yang terinspirasi dari kisah nenek moyang Sikka yang merupakan pelaut, dan hitam yang digunakan di sebagian besar kain tenun Flores yang melambangkan Mori Kraeng dengan arti keagungan, kebesaran, serta kepasrahan bahwa semua manusia pada suatu saat akan kembali kepada sang pencipta. Aksen warna emas juga akan digunakan yang terinspirasi dari kain tenun Lio yang dipercaya dapat memberikan kemakmuran



Gambar 4 Pallette warna pada perancangan  
Sumber: Dokumentasi penulis

## Hasil Perancangan

### Logo

Logo Antara-1 merupakan jenis logo kombinasi dimana mengandung *logogram dan logotype*. Logo merupakan penggabungan rumah ada Flores yaitu Mbaru Niang dan bahan utama jagung titi yaitu jagung. Warna Kuning pada Mbaru Niang digunakan untuk membuat Mbaru Niang seolah melambangkan jagung, dan warna hijau digunakan pada daun jagung sesuai daun jagung yang sebenarnya. Penggabungan rumah adat Flores dan jagung ini menyimbolkan pertumbuhan Flores lewat makanan tradisional yang diharapkan dapat terjadi seiring dengan UMKM ini.



Gambar 5 Sketsa dan rancangan akhir logo Antara - 1  
Sumber: Dokumentasi penulis

## Kemasan

Perancangan kemasan Antara-1 memiliki dua jenis kemasan yaitu kemasan eksklusif dengan penambahan media informasi berupa tag yang akan dipasarkan pada acara-acara tertentu dan kemasan retail. Kemasan eksklusif sendiri terdiri dari kemasan primer, kemasan sekunder dan kemasan tersier. Langkah dalam merancang kemasan - kemasan tersebut yaitu membuat sketsa dan struktur, yang kemudian dilanjutkan dengan merancang ilustrasi dan layout kemasan.

## Kemasan Eksklusif

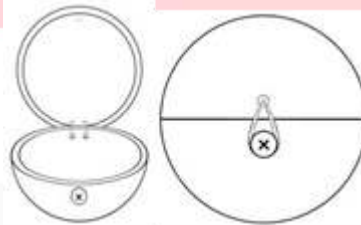
Kemasan primer yang digunakan memiliki fungsi untuk melindungi produk dan berkontak langsung dengan produk. Material kemasan adalah plastik foodgrade yang memiliki gerigi di sisi kemasan untuk memudahkan proses

membuka kemasan.



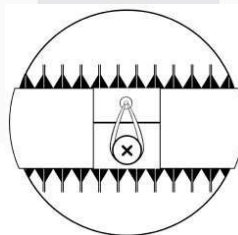
Gambar 6 Model 3D kemasan primer  
Sumber: Dokumentasi penulis

Kemasan sekunder merupakan tempurung kelapa yang diberi kait agar dapat menutup dan terbuka, serta dilapisi plastik untuk melindungi produk dari partikel kecil seperti debu yang dapat masuk.



Gambar 7 Sketsa kemasan sekunder tempurung kelapa  
Sumber: Dokumentasi penulis

Setelah sketsa struktur kemasan sekunder selesai lalu dilanjutkan dengan perancangan layouting dimana kemasan tersier diberi dekorasi berupa motif batik Jok khas Manggarai dan ditutupi dengan menggunakan label.



Gambar 8 Sketsa perancangan label kemasan  
Sumber: Dokumentasi penulis

Perancangan label yang diletakan diluar kemasan sekunder disesuaikan dengan peletakan pada kemasan sekunder. Label berfungsi sebagai pemberi informasi akan merek, informasi gizi, komposisi, informasi kebudayaan Flores, dan lainnya.



Gambar 9 Hasil rancangan label kemasan  
Sumber: Dokumentasi penulis

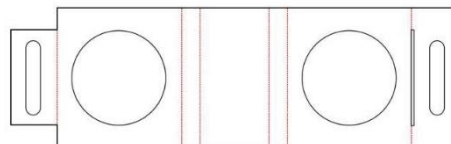


Gambar 10 Model 3D kemasan sekunder tempurung kelapa  
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 11 Model 3D kemasan sekunder dengan label kemasan  
Sumber: Dokumentasi penulis

Selesai mendesain kemasan sekunder, dilanjutkan dengan merancang struktur kemasan tersier yang menggunakan bahan karton. Kemasan tersier dirancang dengan struktur yang dapat mempermudah konsumen membawa kemasan sekunder yang berbentuk bola. Perancangan kemasan tersier memberi ruang yang memperlihatkan kemasan sekunder guna tidak menutupi label yang merupakan tempat Sebagian besar informasi produk diletakkan.



Gambar 12 Struktur kemasan tersier  
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 13 Struktur kemasan tersier fungsional  
Sumber: Dokumentasi penulis

Setelah merancang struktur kemasan tersier, perancangan layout kemasan tersier pun dilakukan, dengan menggunakan unsur-unsur kebudayaan Flores serta memasukan beberapa informasi kedalamnya.



Gambar 14 Rancangan desain kemasan tersier  
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 15 Model 3D kemasan tersier  
Sumber: Dokumentasi penulis

Setelah perancangan struktur kemasan, kemudian dirancang tag yang berfungsi sebagai media informasi. Tag ini sendiri menggunakan material utama kertas yang akan dikaitkan menggunakan tali goni pada gagang kemasan tersier.



Gambar 16 Hasil Perancangan Tag  
Sumber: Dokumentasi penulis

Usai perancangan berbagai bagian kemasan eksklusif selesai, kemudian penggabungan dilakukan.



Gambar 17 Hasil Perancangan Kemasan Eksklusif  
Sumber : Dokumen Pribadi

### Kemasan Retail

Kemasan retail yang digunakan merupakan kemasan Standing Pouch yang memiliki *zipper* yang ditujukan untuk memudahkan konsumen menyimpan produk dan merupakan kemasan yang ergonomis.



Gambar 18 Perancangan Kemasan Retail  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 19 Model 3D Perancangan Kemasan Retail  
Sumber : Dokumen Pribadi

### Media Pendukung Poster



Gambar 20 Poster promosi Jagung Titi  
Sumber: dokumentasi penulis

### Flyer



Gambar 21 Desain flyer produk dan kemasan Jagung Titi  
Sumber: Dokumentasi penulis

## XBanner



Gambar 22 Desain promosi banner Jagung Titi  
Sumber: Dokumentasi penulis

## Sosial Media



Gambar 23 Postingan Instagram promosi  
Sumber: Dokumentasi penulis

## KESIMPULAN

Selain fungsi utama kemasan yaitu melindungi produk, kemasan merupakan salah satu media yang berperan penting dalam hal promosi. Melalui kemasan, produsen dapat menyampaikan pesan dan menarik minat khalayak sasaran. Maka, suatu desain kemasan dapat terbilang baik jikalau dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dan menarik minat khalayak sasaran yang dituju. Perancangan kemasan yang dibuat semenarik mungkin dapat meningkatkan minat pembeli, dari meningkatkan rasa kepercayaan pembeli terhadap produk dan membedakan produk dengan produk serupa dipasaran.



Perancangan kemasan makanan ringan jagung titi khas Flores ini bertujuan untuk memperkenalkan kebudayaan Flores yang terancam punah. Untuk dapat menarik perhatian audiens terhadap produk, produk dikemas dengan unik sambil tetap memperhatikan sisi ergonomisnya. Unsur kebudayaan Flores ditonjolkan dalam perancangan kemasan, demi menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Demi penyampaian pesan dapat tersampaikan hingga keluar daerah Flores, kemasan juga dirancang dengan mengandung informasi lengkap sesuai peraturan pemerintah, yang sebelumnya merupakan kendala yang dialami produk. Dengan adanya produk dipasaran diluar Flores, diharapkan masyarakat luas dapat lebih mengenal kebudayaan Flores.

## SARAN

Perancangan kemasan jagung titi asal Flores ini menonjolkan unsur kebudayaan Flores yang diharapkan dapat membantu memperkenalkan kebudayaan Flores kepada masyarakat luas, maka dari itu diharapkan untuk waktu kedepannya produsen serta masyarakat sekitar dapat mempertahankan antusiasme dan terus berinovasi dalam mempertahankan dan memperkenalkan kebudayaan Flores dengan bantuan pemerintah sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi. Pornawan, O. S. (2022). *Desain Kemasan Produk: Pengertian, Jenis, Fungsi dan*

Clifton, R. (2009). *Brands and branding*. John Wiley & Sons (h. 13-14).

Erwanti, M. O. (n.d.). *Kemasan Menarik bagi konsumen jadi kunci produk UMKM Laris manis*. detiknews. Diakses Maret 26, 2023, dari <https://news.detik.com/berita/d-6308316/kemasan-menarik-bagi-konsumen-jadi-kunci-produk-umkm-laris-manis>

Fitinline, 2020. *Kain tenun Ikat Flores Dan Proses Pembuatannya Yang Perlu Anda Ketahui*. Fitinline. <https://fitinline.com/article/read/kain-tenun-ikat-flores->

[dan-proses-pembuatannya-yang-perlu-anda-ketahui/](#)

Hartono, A. S. (n.d.). *TYPOGRAFI DESAIN GRAFIS. Tipografi*.

Kotten.B.D, Hayon. J, Bethan, N. (1991). Makanan Wujud Variasi dan Fungsinya serta Cara Penyajiannya Daerah Nusa Tenggara Timur. Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Kusomoputri, Retno. A, Nugraha, Novian. D. 2019. Perancangan Identitas dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila PT. Indoachery Bangun Insan Sejahtera. e-Proceeding of Art & Design : Vol.6

Molan, L. (2018, May 6). *Artikel - Jagung Titi Camilan Khas Nusa tenggara timur*. Antara News NTT. Diakses November 21, 2022, dari <https://kupang.antaranews.com/berita/6707/artikel--jagung-titi-camilan- khas-nusa-tenggara-timur>

Naufalina, Fariha. E. 2020. Peranan Utama Pada Anyaman Bambu Sebagai Kemasan Telur Asin Brebes. Bandung, Telkom University.

Rahmawati, F. 2013. Pengemasan dan Pelabelan. Universitas Negeri Yogyakarta.

Redaksi, 2021. *Tenun Ikat Dan Gores Kebanggaan Orang Manggarai*. floresku.com. (n.d.). <https://floresku.com/read/tenun-ikat-dan-gores-kebanggaan- orang-manggarai>

Setyaningrum, ND Budi (2018). *Budaya lokal di era global. Ekspresi Seni, 20 (2), 102*.

Sofyani, Wa Ode Winesty, Wa Ode Sifatu, Hasniah, Hartini, La Janu, and Marling. 2022. "Pelatihan Pemanfaatan Buah Kelapa Dan Pala Di Desa Tumburano Konawe Kepulauan." *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 08 (May): 1055–64.

Suarni, & Subagio, H. (2013). *POTENSI PENGEMBANGAN JAGUNG DAN SORGUM SEBAGAI SUMBER PANGAN FUNGSIONAL*, 48–49. Diakses Maret 26, 2023,

Yoestini, Y., & Rahma, E. S. (2017). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA*

*KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia 6(3), 261- 276.*

