

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN AMPLANG CAP KALIMANTAN

(Visual Identity and Packaging Design of Amplang Cap Kalimantan)

Alya Nabilah¹, Novian Denny Nugraha², dan Diani Apsari³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Jl. Telekomunikasi No.01, Terusan Buah Batu, Bandung, Indonesia

¹alyanaab@student.telkomuniversity.ac.id, ²dennynugraha@telkomuniversity.ac.id,
³dianiapsari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak:

Indonesia memiliki berbagai macam olahan makanan khas di setiap daerahnya, salah satunya ialah Amplang. Amplang merupakan camilan yang berbentuk seperti kerupuk yang terbuat dari ikan yang dapat ditemukan di Kota Balikpapan dan kota-kota lainnya di Kalimantan Timur. Pada awalnya, bahan dasar amplang ialah ikan pipih. Namun karena pada saat ini populasi ikan pipih semakin menurun dan masuk ke dalam kategori hewan yang dilindungi, maka kebanyakan produsen amplang saat ini menggunakan ikan tenggiri sebagai bahan dasarnya. Sayangnya seiring dengan perkembangan waktu, makanan khas mulai sering ditinggalkan dengan maraknya makanan kekinian yang memiliki penyajian dan visual yang lebih menarik. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan identitas visual dan kemasan yang diharapkan dapat kembali menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda. Proses perancangan diawali dengan pengumpulan data seperti dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data tersebut kemudian diolah dengan analisis matriks perbandingan dan analisis SWOT untuk dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Hasil akhir dari perancangan ini berupa desain identitas visual, kemasan, media informasi, dan media pendukung lainnya. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat kembali menarik minat masyarakat khususnya generasi muda terhadap Amplang dan salah satu upaya pelestarian kuliner tradisional daerah.

Kata kunci: Kuliner Tradisional, Identitas Visual, Kemasan

Abstract:

Indonesia has a variety of foods in each region, one of which is Amplang. Amplang is a snack shaped like crackers made from fish that can be found in Balikpapan City



and other cities in East Kalimantan. At first, the basic ingredient of amplang was flat fish. However, because the population of flatfish is decreasing and it is included in the protected animal category, most amplang producers currently use mackerel as their basic ingredient. Unfortunately, along with the development of time, traditional food is often abandoned with the rise of contemporary food that has a more attractive presentation and visuals. Therefore, it is necessary to design a visual identity and packaging that is expected to re-attract public interest, especially the younger generation. The design process begins with data collection such as observations, interviews, and literature studies. The data is then processed by comparison matrix analysis and SWOT analysis to be compared with other similar products. The final result of this design is a visual identity design, packaging, information media, and other supporting media. With this design, it is expected to be able to re-attract public interest, especially the younger generation, to Amplang and as an effort to preserve traditional culinary.

Keywords: Traditional Culinary, Visual Identity, Packaging

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki luas wilayah sekitar 7,81 juta km² yang terbentang dari Sabang hingga Merauke. Berdasarkan data sensus tahun 2010 yang dikemukakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat sekitar 1.430 suku bangsa yang ada di Indonesia. Hal ini menyebabkan Indonesia memiliki keragaman budaya di tiap daerahnya. Walaupun terkadang kebudayaan itu memiliki kemiripan antara satu dengan yang lainnya, tiap daerah pasti memiliki ciri khasnya masing-masing. Salah satu contoh yang bisa diambil ialah kuliner. Kuliner sendiri merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *culinary* yang artinya berhubungan dengan masak-memasak atau aktivitas memasak.

Salah satu objek kuliner menarik untuk dibahas ialah amplang. Amplang merupakan makanan khas dan oleh-oleh Kota Balikpapan yang berbentuk seperti kerupuk dengan bahan dasar dari ikan. Tidak hanya di Kota Balikpapan saja, Amplang juga dapat ditemukan di kota-kota lainnya yang terletak di wilayah Kalimantan Timur. Amplang memiliki cita rasa yang gurih dan renyah. Pada awalnya amplang dibuat dengan bahan dasar ikan

pipih atau ikan belida, namun karena pada saat ini populasi ikan pipih semakin menurun dan masuk ke dalam kategori hewan yang dilindungi, maka kebanyakan produsen amplang saat ini menggunakan ikan tenggiri sebagai bahan dasarnya.

Di Kota Balikpapan sendiri, terdapat salah satu produsen amplang yang telah berdiri sejak 60 tahun yang lalu, yaitu Amplang Cap Kalimantan. Pada mulanya, Amplang Cap Kalimantan didirikan karena pada saat itu masih belum banyak terdapat produsen amplang yang menjadikannya salah satu pelopor produsen amplang di Kota Balikpapan. Namun, meskipun sudah puluhan tahun menjalankan usaha, Amplang Cap Kalimantan hingga saat ini belum memiliki identitas visual yang jelas dan khas. Sang pemilik menuturkan hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman pada desain, sehingga kurang memerhatikan pentingnya identitas visual pada suatu produk. Begitu pula dengan kemasan yang digunakan, yang juga masih menggunakan kemasan yang sederhana, yaitu dengan menggunakan plastik bening. Padahal jika dibandingkan dengan produk-produk lain, sudah banyak produsen amplang yang melakukan inovasi agar kemasannya terlihat menarik agar konsumen mau membelinya.

Tidak hanya itu, pemilik Amplang Cap Kalimantan juga hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut saja, sehingga hanya segelintir orang yang mengetahui akan keberadaan produknya. Penjualan produk Amplang Cap Kalimantan pun hanya dilakukan di kediaman pemilik, karena beliau tidak mendistribusikannya ke toko oleh-oleh yang ada di Kota Balikpapan maupun sekitarnya. Hal ini terjadi karena pemilik pun merasa bahwa kemasan amplangnya kurang menarik dan akan kalah saing dengan merek-merek lainnya. Meskipun sudah memiliki beberapa pelanggan tetap, promosi dan distribusi produk masih perlu dilakukan untuk bisa mencakup



pasar yang lebih luas dan lebih dikenal di masyarakat. Khususnya di kalangan anak muda sebagai salah satu upaya pelestarian kuliner tradisional daerah.

Dari permasalahan yang telah dijabarkan di atas, pemecahan masalah yang dapat dilakukan ialah dengan melakukan perancangan ulang pada identitas visual dan kemasan Amplang Cap Kalimantan yang sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar Amplang Cap Kalimantan memiliki identitas visual yang jelas dan kemasan yang dapat menarik konsumen untuk membeli produknya. Perancangan ini pula diharapkan dapat memperluas pasar sehingga semakin banyak masyarakat khususnya anak muda yang mengetahui keberadaan produk Amplang Cap Kalimantan dan meningkatkan penjualan dengan hadirnya identitas visual dan kemasan yang menarik sebagai salah satu upaya pelestarian kuliner tradisional daerah. Artikel ditulis dalam halaman genap dan tidak melebihi 20 (dua puluh) halaman, termasuk abstrak, isi, seluruh tabel dan gambar, serta daftar pustaka.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan secara kualitatif dengan cara:

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yang akan dilakukan oleh penulis akan berkaitan dengan fenomena yang diangkat serta studi pustaka mengenai perancangan identitas visual dan kemasan berdasarkan keilmuan Desain Komunikasi Visual.

b. Wawancara

Wawancara yang akan dilakukan oleh penulis dalam perancangan ini akan dilakukan bersama pemilik Amplang Cap Kalimantan.

c. Observasi

Menurut Riyanto dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Pendidikan menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. (Riyanto, 2010:96).

d. Kuesioner

Kuesioner yang akan disebar oleh penulis dalam perancangan ini dengan tujuan untuk melihat bagaimana respon pasar terhadap fenomena permasalahan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu:

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT berfungsi untuk menentukan strategi perancangan dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan dari perusahaan, khususnya bagi Amplang Cap Kalimantan.

b. Analisis Matriks Perbandingan

Metode analisis matriks digunakan dalam proyek perancangan ini untuk menjajarkan atau membandingkan beberapa konsep dan informasi yang saling berkaitan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam perbandingan identitas visual dan kemasan dari produk-produk sejenis yang ada di pasaran, sehingga perancangan identitas visual dan kemasan Amplang Cap Kalimantan dapat berjalan dengan baik.

HASIL

Konsep Pesan

Amplang Cap Kalimantan merupakan salah satu contoh yang terjadi di pasaran dan berdasarkan pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, pemecahan masalah tersebut dapat dilakukan dengan merancang ulang identitas visual dan kemasan. Amplang sendiri merupakan makanan tradisional yang berasal dari Kota Balikpapan berupa kerupuk yang berbahan dasar dari ikan. Amplang biasanya disantap saat santai bersama keluarga dan seringkali dijadikan sebagai buah tangan. Untuk semakin menarik konsumen khususnya generasi muda, diperlukan konsep yang tepat dan sesuai sasaran agar pesan yang dimaksud dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens melalui media visual.

Berdasarkan uraian singkat di atas, maka kata kunci yang dapat digunakan dalam melakukan perancangan identitas visual dan kemasan ialah modern dan kekinian.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan pada perancangan identitas visual dan kemasan ini ialah dengan menggunakan desain yang modern namun memiliki kesan yang santai, serta penggunaan warna-warna cerah sehingga dapat sesuai dengan target khalayak sasaran yang dituju, yaitu generasi muda. Selain itu, unsur-unsur kebudayaan Kota Balikpapan seperti batik dan ukiran juga digunakan dengan tujuan untuk tidak menghilangkan jati diri Kota Balikpapan pada hasil desain identitas visual dan kemasan amplang.

Konsep Media

Terdapat dua media yang digunakan dalam perancangan ini, diantaranya ialah media utama berupa identitas visual dan kemasan. Serta media pendukung berupa media sosial *online*, media cetak, simulasi pengaplikasian logo, *merchandise*, dan media pendukung lainnya.

Hasil Perancangan

1. Media Utama

Logo

Logo Anteng terdiri dari atas *logogram* dan *logotype*. *Logogram* Anteng merupakan perpaduan antara huruf A yang mewakili kata Anteng, siluet ikan yang mewakili bahan dasar dari amplang, dan juga cipratan air yang dapat diartikan juga sebagai bentuk amplang. Sudut-sudut yang lancip pada cipratan air yang digunakan dalam logo juga digunakan untuk merepresentasikan bentuk amplang kuku macan yang memiliki bentuk bulat dengan ujung lancip. Selain itu, posisi siluet ikan dirancang seperti sedang bersandar sehingga dapat menampilkan kesan anteng.

Warna kuning dan oranye dipilih karena selain dapat menampilkan kesan santai, juga dapat merepresentasikan semangat dari generasi muda, serta bisa meningkatkan selera makan bagi orang yang melihatnya.



Gambar 1 Logo Anteng

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemasan



Gambar 2 Kemasan Anteng
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Media Pendukung Media Sosial Online



Gambar 3 Media Sosial Anteng
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media Cetak

Alya Nabilah, Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn., Diani Apsari, S.Ds., M.Ds.
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN AMPLANG CAP KALIMANTAN



Gambar 4 Poster Anteng
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 5 *Graphic Standard Manual* Anteng
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 6 *X-Banner* Anteng
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Simulasi Pengaplikasian Logo



Gambar 7 Rak Anteng

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 8 *Signboard* Anteng

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Merchandise



Alya Nabilah, Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn., Diani Apsari, S.Ds., M.Ds.
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN AMPLANG CAP KALIMANTAN

Gambar 9 Merchandise Kaos

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 10 Merchandise Mug

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 11 Merchandise Totebag

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 12 Merchandise Topi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media Pendukung Lainnya



Gambar 13 Stempel

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 14 Nota

Sumber: Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Amplang merupakan makanan khas dan oleh-oleh Kota Balikpapan yang berbentuk seperti kerupuk dengan bahan dasar ikan. Amplang Cap Kalimantan merupakan salah satu produsen yang telah puluhan tahun menjalankan bisnisnya. Namun, Amplang Cap Kalimantan belum memiliki identitas visual dan kemasan yang jelas dan khas. Promosi pun hanya

dilakukan secara mulut ke mulut sehingga hanya segelintir orang saja yang mengetahui akan keberadaan produknya. Oleh karena itu diperlukan perancangan ulang pada identitas visual dan kemasan yang memerhatikan elemen-elemen visual sehingga dapat menjadi pembeda produk Amplang Cap Kalimantan dengan produk kompetitor lainnya. Dengan generasi muda sebagai target sasaran utama, perancangan juga dibuat semenarik mungkin untuk menarik kembali minat generasi muda pada makanan khas daerah juga sebagai salah satu upaya pelestarian kuliner tradisional. Selain itu, promosi juga perlu dilakukan, baik secara *online* maupun *offline* agar dapat membuka peluang baru untuk memperluas pasar.

REFERENSI

- [1] Cenadi, Christine Suharto. 1999, Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual, Jakarta.
- [2] Hermawan Kertajaya. 2010. Grow with Character: The Model Marketing. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [3] Nugroho, Sarwo. (2015). Manajemen Warna dan Desain. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [4] Rustan, Suriyanto. (2013). Mendesain Logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [5] Rustan, S. (2009). Mendesain Logo, PT. Gramedia, Jakarta..
- [6] Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- [7] Supriyono, R. (2010). Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.
- [8] Supriyono, R. (2010). Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.



[9] Swasty, W. (2016). Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek.

