

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PUDAK SARI KELAPA GRESIK

Muhammad Hisyam Hidayatullah¹, Nova Kristiana²

^{1,2}Prodi Desain Grafis, Vokasi, Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadhisyam.21033@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pudak merupakan makanan tradisional khas Gresik yang dikemas menggunakan pelepah pinang (ope) sebagai identitas budaya. Namun, kemasan tradisional ini dinilai kurang praktis dan kurang menarik bagi konsumen modern, khususnya generasi muda. Penelitian ini bertujuan merancang desain kemasan sekunder yang fungsional, modern, dan tetap mempertahankan nilai tradisional produk. Metode yang digunakan adalah dokumentasi, wawancara dengan pemilik usaha, serta penerapan pendekatan ATUMICS untuk menggabungkan elemen budaya dan modernitas. Hasil perancangan berupa desain kemasan berbentuk setengah lingkaran dengan slot individual, menggunakan visual etnik seperti ilustrasi pohon pinang dan warna krem-coklat. Desain ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk sebagai oleh-oleh, memudahkan transportasi, dan memperkuat identitas lokal Pudak Gresik. Simpulan dari perancangan ini adalah desain kemasan sekunder berperan penting dalam meningkatkan nilai jual serta pelestarian budaya lokal.

Kata kunci: desain kemasan; pudak Gresik; kemasan tradisional; ATUMICS; budaya lokal

Abstract

Pudak is a traditional food from Gresik, wrapped in pinang sheath (ope), representing its cultural identity. However, the traditional packaging is considered impractical and lacks appeal to modern consumers, especially younger generations. This study aims to design a secondary packaging that is functional, modern, and culturally authentic. The method includes observation, interviews with business owners, and the ATUMICS approach to integrate traditional and modern design elements. The result is a semicircular box with individual slots, incorporating ethnic visuals such as pinang tree illustrations and warm color palettes. This design is expected to enhance product attractiveness as a souvenir, ease transport, and reinforce Pudak Gresik's local identity. The conclusion highlights that secondary packaging design significantly contributes to product value and cultural preservation.

Keywords: packaging design; pudak Gresik; traditional packaging; ATUMICS; local culture

PENDAHULUAN

Gresik dikenal sebagai salah satu kota bersejarah dan kaya akan warisan kuliner lokal. Salah satu produk ikoniknya adalah Pudak, makanan tradisional yang terbuat dari tepung beras, gula, dan santan, kemudian dibungkus menggunakan ope atau pelepah daun pinang. Keunikan rasa dan bentuknya telah menjadi identitas khas Gresik dan sering dijadikan oleh-oleh wisatawan. Namun, meskipun memiliki nilai budaya dan cita rasa yang kuat, daya tarik visual Pudak masih lemah di mata konsumen modern, khususnya generasi muda. Berdasarkan observasi di Toko Pudak Sari Kelapa Gresik, kemasan yang digunakan masih bersifat tradisional dan kurang inovatif, yang mengakibatkan terbatasnya daya saing produk di pasar oleh-oleh yang semakin kompetitif.

Saat ini, peran kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, melainkan juga sebagai media komunikasi visual yang mencerminkan identitas produk, membangun citra, dan meningkatkan minat beli. Desain kemasan yang tidak menarik secara visual, tidak fungsional, dan tidak sesuai dengan selera

pasar menyebabkan banyak produk lokal kehilangan peluang dalam memperluas jangkauan konsumen. Di sisi lain, konsumen masa kini lebih tertarik pada produk yang memiliki kemasan praktis, estetik, dan bernilai cerita. Ketimpangan antara kualitas rasa yang tinggi dan tampilan visual yang kurang menjual menimbulkan kegelisahan penulis sebagai desainer, karena produk yang potensial secara budaya dan ekonomi belum dioptimalkan secara visual.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan sekunder Pudak Sari Kelapa Gresik yang modern, praktis, dan tetap mempertahankan nilai tradisional. Dengan menerapkan pendekatan ATUMICS, rancangan akan mengintegrasikan unsur artefak, teknik, utilitas, material, ikon, konsep, dan bentuk yang relevan dengan identitas budaya Pudak. Diharapkan, perancangan ini tidak hanya memperkuat posisi Pudak di pasar oleh-oleh, tetapi juga mendukung pelestarian budaya Gresik melalui pendekatan desain visual yang kontekstual. Secara umum, manfaat penelitian ini adalah memberikan kontribusi nyata dalam mengangkat nilai produk lokal melalui desain kemasan, memperluas potensi pasar UMKM, serta menjadi referensi akademik bagi pengembangan desain berbasis budaya.

KERANGKA TEORETIS

Pudak

Pudak merupakan makanan khas dari Gresik, Jawa Timur, yang terbuat dari tepung beras, gula, dan santan, kemudian dibungkus menggunakan pelepah daun pinang (ope). Pembungkus alami ini bukan hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga membentuk identitas visual dan budaya Pudak sebagai bagian dari warisan kuliner tradisional. Menurut Natadjaja & Yuwono (2017), penggunaan ope memberikan aroma khas dan estetika unik yang tidak dimiliki oleh bahan pembungkus modern. Namun, tantangan modernisasi menuntut inovasi agar Pudak tetap relevan tanpa kehilangan nilai tradisinya.

Kemasan

Kemasan memegang peran penting dalam pemasaran dan perlindungan produk. Lebih dari sekadar pembungkus, kemasan berfungsi sebagai media identitas visual dan promosi. Menurut Soecahyadi (2015), kemasan yang dirancang dengan baik mampu menyampaikan informasi, membedakan produk dari kompetitor, dan membangun daya tarik konsumen. Kemasan yang efektif menggabungkan aspek fungsi, estetika, dan simbol budaya yang relevan dengan identitas produk.

Warna

Warna menjadi elemen desain utama dalam menarik perhatian konsumen. Soecahyadi (2015) menyatakan bahwa warna memiliki kekuatan untuk menciptakan persepsi, mengekspresikan karakter, dan menyampaikan emosi. Dalam konteks budaya lokal, warna-warna seperti coklat, krem, dan emas sering digunakan untuk memberikan kesan hangat, etnik, dan premium. Warna juga membantu membentuk citra dan asosiasi emosional terhadap produk.

ATUMICS

ATUMICS (Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept, Shape) adalah metode desain yang dikembangkan oleh Nugraha (2012) untuk menjembatani unsur tradisi dengan desain modern. Setiap unsur dalam metode ini mewakili elemen penting dari budaya lokal, seperti teknik pembuatan, ikon visual, dan material khas daerah. Penerapan ATUMICS memungkinkan desainer menciptakan solusi visual yang inovatif namun tetap berakar pada tradisi lokal.

Tipografi

Tipografi adalah elemen penting dalam desain komunikasi visual, karena menyampaikan informasi sekaligus memperkuat identitas. Menurut Carter et al. (2015), pemilihan jenis huruf, ukuran, dan

pengaturannya berpengaruh terhadap keterbacaan dan citra produk. Dalam konteks budaya lokal, tipografi dapat dirancang agar mencerminkan nilai-nilai tradisional, baik melalui bentuk huruf, motif visual, maupun warna.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai perancangan kemasan produk lokal telah dilakukan dalam berbagai konteks budaya daerah di Indonesia, dengan fokus utama pada bagaimana desain kemasan dapat berperan sebagai identitas visual dan alat pelestarian budaya. Salah satu penelitian oleh Hadi et al. (2015) berjudul “Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas Kabupaten Ngawi Keripik Tempe Rico” mengangkat pentingnya kemasan sebagai sarana perlindungan dan daya tarik visual. Desain kemasan dibuat dalam tiga segmen, yaitu stand-up pouch, tabung, dan kemasan premium, dengan pendekatan desain yang memperhatikan fungsi proteksi, kenyamanan distribusi, serta aspek estetika visual. Ilustrasi modern dan logo karakter digunakan untuk menciptakan citra khas produk, yang terbukti mampu meningkatkan minat beli.

Selanjutnya, penelitian oleh Hakim et al. (2022) berjudul “Perancangan Desain Surface Kemasan Sekunder Sachet Bir Pletok untuk SB Setu Babakan” memfokuskan pada transformasi kemasan minuman tradisional Betawi agar lebih sesuai dengan selera generasi muda. Penelitian ini menggunakan gaya desain new 90’s, flat illustration, dan simbol budaya seperti ondel-ondel, batik Betawi, serta ikon kota Jakarta untuk membentuk kemasan yang komunikatif dan kekinian. Tipografi sans serif serta warna-warna khas seperti hijau, ungu, dan kuning digunakan untuk menambah kesan modern tanpa meninggalkan identitas budaya. Hasil akhir menunjukkan kemasan yang mampu menarik minat pasar baru, khususnya anak muda, sekaligus tetap mewakili nilai budaya Betawi.

Penelitian lain oleh Ramadhan dan Lestari (2020) mengkaji kemasan dodol Garut sebagai bagian dari strategi branding daerah. Studi ini menemukan bahwa desain kemasan yang menampilkan motif batik lokal serta narasi cerita sejarah mampu meningkatkan citra merek dan memperluas pasar melalui daya tarik visual dan emosional. Kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga mengedukasi konsumen tentang asal-usul produk memiliki nilai tambah yang kuat dalam membangun loyalitas merek.

Dari beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa desain kemasan memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran produk lokal, memperkuat nilai budaya, dan menarik segmen pasar baru. Namun, kajian serupa untuk produk khas Gresik seperti Pudak masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu diisi, di mana kemasan Pudak masih mempertahankan bentuk tradisional tanpa inovasi visual yang relevan dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk merancang kemasan sekunder Pudak Sari Kelapa Gresik yang mampu memadukan unsur tradisional dan modern, sehingga produk lokal ini dapat bersaing di pasar oleh-oleh nasional tanpa kehilangan identitas budayanya.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk merancang desain kemasan sekunder produk tradisional Pudak Sari Kelapa Gresik secara kontekstual dan berbasis budaya lokal. Rancangan penelitian dilakukan dengan menggabungkan observasi langsung ke lokasi usaha, wawancara mendalam dengan pihak terkait, serta dokumentasi visual guna memperoleh data mendalam dan menyeluruh terhadap objek yang diteliti. Pendekatan ini digunakan untuk memahami fenomena desain kemasan dari sudut pandang pengguna dan pelaku usaha dalam konteks alami, sehingga hasil rancangan dapat menjawab kebutuhan riil pasar serta tetap berpijak pada nilai-nilai budaya lokal.

Objek dalam penelitian ini adalah desain kemasan sekunder Pudak Sari Kelapa Gresik yang diupayakan agar lebih modern, fungsional, dan komunikatif, namun tidak menghilangkan identitas visual khasnya sebagai produk tradisional. Sasaran penelitian mencakup subjek dan lokasi utama, yakni Toko Pudak Sari Kelapa yang beralamat di Jl. Sindujoyo No. 113, Kebungson, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Toko ini telah berdiri sejak tahun 1969 dan kini dikelola oleh generasi ketiga keluarga, yaitu Bapak H. Muta'alim dan Ibu Titin, yang menjadi informan utama dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari hingga Maret 2025.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara terstruktur dengan pemilik usaha guna menggali informasi tentang sejarah produk, persepsi terhadap kemasan, serta harapan terhadap desain yang baru. Selain itu, dilakukan observasi terhadap tampilan visual kemasan saat ini, distribusi produk, dan kondisi toko. Proses dokumentasi berupa pengambilan foto produk, lingkungan toko, dan kebiasaan penataan produk juga menjadi bagian dari proses pengumpulan data. Data-data ini digunakan untuk memahami konteks visual dan fungsional kemasan secara menyeluruh.

Dalam merancang desain kemasan, penelitian ini mengadaptasi pendekatan ATUMICS (Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept, Shape) yang dikembangkan oleh Adhi Nugraha (2012). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengintegrasikan elemen tradisi dengan nilai-nilai modern secara harmonis dalam sebuah produk desain. Elemen-elemen ATUMICS digunakan untuk mengeksplorasi ciri khas budaya Pudak, seperti penggunaan pelepah pinang (ope), ikon lokal seperti pohon kelapa dan batik khas Gresik, serta konsep visual yang sesuai dengan karakter konsumen modern.

Bahan dan alat utama dalam proses desain meliputi kertas ilustrasi, perangkat lunak desain grafis, palet warna etnik (coklat tua, krem, burgundi, dan emas), serta mockup fisik sebagai media visualisasi akhir. Desain kemasan sekunder dibuat dalam bentuk setengah lingkaran dengan slot individual, terinspirasi dari bentuk Pudak dan kipas, sehingga tetap sesuai dengan ukuran asli produk dan mudah dibawa.

Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan reduksi data, kategorisasi informasi visual, serta interpretasi hasil wawancara dan observasi. Data yang telah dikumpulkan diolah untuk menghasilkan keputusan desain yang mempertimbangkan nilai budaya, estetika visual, fungsionalitas, dan preferensi konsumen sasaran. Desain akhir juga dievaluasi melalui pendekatan desain komunikasi visual agar dapat berfungsi secara optimal sebagai pelindung produk, media identitas, sekaligus alat promosi dalam pasar oleh-oleh khas daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Pudak Sari Kelapa Gresik merupakan usaha keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1969 dan dikenal sebagai produsen makanan tradisional khas Gresik bernama pudak. Produk ini dibungkus menggunakan ope (pelepah daun pinang), yang tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus alami tetapi juga bagian dari identitas budaya Gresik. Namun, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa kemasan produk masih mempertahankan bentuk tradisional tanpa dukungan kemasan sekunder yang kuat secara fungsional maupun visual. Produk dijual dalam bentuk menggantung menggunakan tali rafia, tanpa adanya elemen identitas visual atau daya tarik estetik yang relevan dengan pasar modern. Hal ini menjadi kendala utama dalam menjangkau segmen konsumen muda, khususnya wisatawan dan pembeli generasi Z.

Melalui wawancara dengan pemilik generasi ketiga dari Toko Pudak Sari Kelapa, diketahui bahwa salah satu tantangan utama adalah kemasan yang kurang praktis dan tidak mencerminkan eksklusivitas sebagai oleh-oleh khas. Dari hasil analisis menggunakan pendekatan ATUMICS,

ditemukan bahwa desain kemasan sekunder dibutuhkan untuk mengatasi keterbatasan pada kemasan primer sekaligus meningkatkan daya saing produk di pasar modern. Target pasar yang dituju adalah konsumen usia 18–40 tahun yang menyukai desain visual yang modern, fungsional, dan memiliki narasi budaya yang kuat.

Perancangan kemasan ini mengacu pada pendekatan metode ATUMICS (Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept, Shape) oleh Nugraha (2012), untuk menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan inovasi desain kontemporer. Artefact berupa produk pudak tetap dipertahankan dalam bentuk dan teknik pengemasan primer menggunakan ope. Sementara itu, utility dikembangkan melalui kemasan sekunder berbentuk box segi lima dan segi deliapan dengan slot individual, yang memudahkan transportasi dan meningkatkan persepsi nilai. Icon budaya lokal dihadirkan melalui visual ilustratif, sementara concept diarahkan pada pelestarian budaya dalam kemasan modern. Bentuk (shape) dari pudak tidak diubah, namun dikemas ulang dengan pendekatan yang lebih praktis dan komunikatif secara visual.

Konsep visual dikembangkan dengan pendekatan minimalis dan tradisional-modern. Warna utama yang digunakan adalah cokelat tua (#4E342E) yang merepresentasikan unsur kayu, kestabilan, dan kehangatan khas produk tradisional, serta krem pucat (#F5E8C7) untuk menampilkan kesan bersih dan elegan. Palet warna ini dipilih untuk memberikan kesan etnik sekaligus menyesuaikan selera visual kontemporer generasi muda. Warna pendukung seperti burgundy dan emas digunakan untuk memperkuat kesan eksklusif.



Gambar 1 Palet Warna
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Tipografi menjadi elemen penting dalam memperkuat identitas produk. Jenis huruf Serif Playfair Display digunakan untuk judul utama karena memberikan kesan klasik dan elegan, mendukung narasi tradisional yang diangkat. Sementara itu, Montserrat digunakan sebagai teks isi karena bentuknya modern, geometris, dan sangat terbaca, baik dalam format cetak maupun digital. Kombinasi kedua tipografi ini memberikan hirarki visual yang jelas, selaras dengan prinsip keterbacaan dan estetika dari Ambrose dan Harris (2011).

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!#\$%&'.|*`@',?::)

Montserrat Ace

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!/?#\$%&*^@;:)

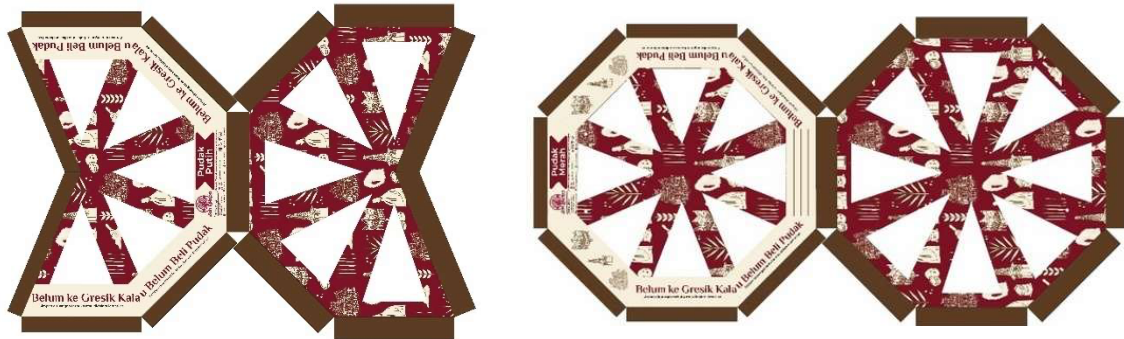
Gambar 2 Jenis Tipografi Serif Plafair Display dan Montserrat

Ilustrasi yang digunakan berwujud elemen-elemen visual khas Gresik seperti gambar pohon pinang, pelepah, kelapa, beras, pudak, damar kurung, gardu suling, patung gajah mungkur, dan rumah gajah mungkur, yang digambar dalam gaya line-art sederhana dan clean. Gaya ini dipilih agar visual terlihat modern namun tetap mengandung pesan budaya yang kuat.



Gambar 3 Gambar Ilustrasi Kemasan Pudak
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Layout kemasan dirancang secara hirarkis dengan memperhatikan titik fokus pada logo dan informasi produk. Kemasan sekunder berukuran proporsional terhadap jumlah isi (5, dan 8 pudak), dan menggunakan struktur box karton lipat dengan sistem buka-tutup yang aman, praktis, dan tidak merusak bentuk asli pudak. Salah satu karya utama dapat dilihat pada Gambar 5.8 hingga Gambar 5.10, yaitu kemasan sekunder dengan slot individual. Visual desain ini tidak hanya melindungi produk dengan baik, tetapi juga tampil menarik saat dibawa sebagai oleh-oleh. Penambahan media pendukung seperti stiker pack, poster, dan merchandise juga dikembangkan untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan jangkauan promosi.



Gambar 4 Mockup Desain Jari-Jari Kemasan Puduk isi 5&8
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Secara keseluruhan, hasil perancangan ini tidak hanya menjawab kebutuhan fungsional kemasan, tetapi juga menjadi media naratif visual yang memperkenalkan Puduk sebagai ikon kuliner Gresik yang relevan di pasar oleh-oleh modern.

a. Kemasan Sekunder isi 5



Gambar 5 Mockup kemasan Sekunder isi 5
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Kemasan sekunder isi 5 dirancang untuk menampung lima buah puduk dengan tata letak individual berbentuk slot yang disesuaikan dengan bentuk silinder puduk. Desain kemasan ini mengadopsi bentuk segi lima yang terinspirasi dari bentuk kipas dan kemiringan alami puduk saat digantung, memberikan kesan dinamis sekaligus fungsional. Elemen visual seperti tekstur pelepah pinang, ilustrasi kelapa, dan pohon pinang ditampilkan dalam gaya line-art monokrom yang bersih. Palet warna utama terdiri dari krem, burgundy, dan coklat tua, menciptakan kesan etnik dan eksklusif. Identitas produk diperkuat dengan logo dan nama merek di bagian depan, sementara sisi dalam dilengkapi pesan naratif budaya singkat.

b. Kemasan Sekunder isi 8



Gambar 6 Mockup Kemasan Puduk isi 8
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Kemasan isi 8 dirancang dengan prinsip yang sama dengan versi isi 5, namun dengan dimensi lebih besar dan tambahan tiga slot puduk. Struktur kemasan berbentuk segi delapan untuk mempertahankan konsistensi identitas visual, tetapi dilengkapi dengan tutup lipat yang lebih kuat dan sistem penguncian tambahan untuk menjaga keamanan isi saat dibawa. Warna dan ilustrasi tetap mengusung gaya khas desain utama, namun ditambahkan aksesoris ornamen batik Gresik dalam motif garis tipis pada sisi dalam kemasan, menciptakan kesan tradisional-modern yang harmonis.

c. Kaos



Gambar 7 Desain Kaos Tampak Depan dan Belakang
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Kaos didesain sebagai *merchandise* pendukung promosi merek Puduk Sari Kelapa Gresik. Desain menampilkan ilustrasi pohon pinang dan garis skematik puduk dalam gaya *line-art*, disusun secara vertikal pada bagian belakang kaos. Pada bagian depan diletakkan logo sederhana dengan tipografi serif elegan berukuran kecil di bagian dada kiri. Warna kaos didominasi putih tulang dan krem, disesuaikan dengan palet utama visual kemasan. Material kaos dipilih dari bahan cotton combed yang nyaman dan mendukung hasil sablon presisi. Tujuan dari media ini adalah menciptakan kedekatan emosional dan perluasan identitas merek ke dalam bentuk *wearable visual*.

d. Poster



Gambar 8 Desain Mockup Poster
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Poster dirancang sebagai media promosi informatif sekaligus estetis. Desain poster mengusung gaya minimalis etnik, dengan *layout* vertikal (*portrait*) berukuran A3. Elemen utama terdiri atas ilustrasi produk kemasan sekunder, narasi sejarah singkat puduk, serta QR code yang terhubung ke media sosial resmi toko. Tipografi menggunakan Montserrat untuk isi konten, mengedepankan kontras visual dan keterbacaan tinggi. Poster ini didistribusikan untuk area strategis seperti pusat oleh-oleh, lobi hotel, dan titik wisata Gresik.

e. Stiker



Gambar 9 Desain Sticker Pack
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Stiker pack dirancang sebagai media promosi tambahan yang menyasar audiens muda. Setiap lembar stiker terdiri atas beberapa elemen: logo Toko Puduk Sari Kelapa Gresik, ilustrasi puduk dalam berbagai varian rasa, serta elemen visual seperti pohon pinang, ilustrasi daun kelapa, dan tipografi. Bentuk stiker dibuat non-ortodoks (bebas potong), dan menggunakan warna cerah natural agar menarik saat ditempel di laptop, botol minum, atau kemasan oleh-oleh. Tujuan media ini adalah membangun engagement emosional dan penyebaran visual brand secara informal.

f. Umbul-umbul



Gambar 10 Desain Umbul-umbul
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Umbul-umbul berfungsi sebagai media branding ruang luar toko dan lingkungan sekitarnya. Desain memanfaatkan bentuk vertikal panjang, dengan layout modular yang menyusun elemen secara hierarkis: logo di atas, visual produk di tengah, dan tagline singkat di bagian bawah. Warna dominan adalah kuning muda, coklat tua, dan aksen putih untuk menciptakan kontras tinggi dan visibilitas dari kejauhan. Tipografi yang digunakan bersifat tegas dan mudah terbaca dari jarak jauh, dengan format besar dan kuat. Media ini difungsikan untuk memperkuat citra toko di area ramai pengunjung, serta mengarahkan perhatian publik pada keunikan kemasan baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan desain kemasan Pudak Sari Kelapa Gresik dilakukan sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan akan kemasan yang tidak hanya fungsional tetapi juga mampu merepresentasikan nilai tradisional dalam pendekatan visual yang modern. Berdasarkan hasil dokumentasi, wawancara, dan analisis menggunakan metode ATUMICS, diperoleh simpulan bahwa kemasan tradisional berbahan

pelepah pinang masih mempertahankan nilai budaya, tetapi belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara visual maupun fungsional. Oleh karena itu, kehadiran kemasan sekunder berbentuk segi lima dan segi delapan dengan slot individual menjadi solusi yang efektif, karena mampu menjaga keaslian bentuk pudak, mempermudah distribusi, sekaligus memperkuat daya tarik visual. Desain juga didukung dengan pemilihan warna, ilustrasi, dan tipografi yang selaras dengan karakteristik target konsumen, khususnya generasi muda yang visual-oriented. Penerapan visual branding juga diperluas ke dalam media pendukung seperti poster, kaos, stiker, dan umbul-umbul, guna memperkuat identitas merek dan menciptakan daya ingat yang tinggi terhadap produk Pudak Sari Kelapa Gresik.

Sebagai saran, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan desain kemasan produk lokal lainnya yang memiliki nilai tradisi tinggi namun perlu adaptasi dengan pasar modern. Toko Pudak Sari Kelapa disarankan untuk mulai mengimplementasikan kemasan sekunder ini secara bertahap, sembari melakukan uji respon pasar terhadap efektivitas desain. Untuk pengembangan selanjutnya, peneliti atau desainer lain dapat melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap strategi digital branding, termasuk pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai bagian dari integrasi visual identitas merek.

REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The Fundamentals of Typography (2nd ed.)*. AVA Publishing.
- Carter, R., Day, B., & Meggs, P. B. (2015). *Typographic Design: Form and Communication (6th ed.)*. Wiley.
- Hakim, A. R., Ramadhan, F. M., & Nursaid, H. (2022). Perancangan Desain Surface Kemasan Sekunder Sachet Bir Pletok untuk SB Setu Babakan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 14(2), 95–104.
- Hadi, I., Safitri, D. R., & Subekti, R. (2015). Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas Kabupaten Ngawi Keripik Tempe Rico. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(5), 1–10.
- Natadjaja, L., & Yuwono, T. (2017). *Desain Kemasan Berbasis Kearifan Lokal*. Penerbit Andi.
- Nugraha, A. (2012). ATUMICS: A Concept and Method to Design-based Local Wisdom. *Proceedings of the International Conference on Design and Art Studies (ICDAS)*, Bandung, Indonesia.
- Ramadhan, F. M., & Lestari, T. (2020). Strategi Branding Kemasan Produk Lokal Berbasis Budaya: Studi Kasus Kemasan Dodol Garut. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 22–30.
- Soecahyadi, R. (2015). *Desain Kemasan: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi)*. Penerbit Andi.