

PENGEMBANGAN KONSEP PR PACKAGE BAKPIA KUKUS KHAS YOGYAKARTA

Gybraltar Wahyamaya¹, M.Hafizh Areta², Zahirovic Uqaffi³, Sheila Andita Putri, S.Ds., M.Ds.⁴, Chris Chalik, S.Ds., M.Sn.⁵

Telkom University, Fakultas Industri Kreatif, Desain Produk

e-mail: gybraltar10@gmail.com¹, aretahafizh@gmail.com², uqaffi900@gmail.com³

Received : March, 2024

Accepted : April, 2024

Published : April, 2024

ABSTRACT

The development of the Bakpia Kukus PR Package concept is an innovative strategy to promote and elevate the image of Yogyakarta's typical culinary products. Bakpia Kukus is one of the traditional products that have high cultural and culinary values in Yogyakarta. This abstract will discuss how the role of PR Package can be developed to attract consumers. PR Package itself stands for Public Relations Package or Public Relations Package. It is a marketing strategy used to communicate messages or information to a specific audience, be it potential consumers, mass media, or the general public, with the aim of building a positive image, increasing brand awareness, or promoting a particular product, service, event, or cause. The use of PR Package as packaging or packaging for bakpia kukus typical of Yogyakarta will take elements of Yogyakarta's distinctive culture itself that can be applied to the design of the PR Package.

Keywords: Development, PR Package bakpia kukus, Yogyakarta,

ABSTRAK

Pengembangan konsep PR Package Bakpia Kukus merupakan strategi inovatif untuk mempromosikan dan mengangkat citra produk kuliner khas Yogyakarta. Bakpia Kukus merupakan salah satu produk tradisional yang memiliki nilai budaya dan kuliner yang tinggi di Yogyakarta. Di abstrak ini akan membahas bagaimana peranan PR Package dapat dikembangkan menjadi daya tarik konsumen. PR Package sendiri merupakan singkatan dari Public Relations Package atau Paket Hubungan Masyarakat. Dengan demikian, PR Package adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada khalayak tertentu, baik itu konsumen potensial, media massa, atau masyarakat umum, dengan tujuan untuk membangun citra positif, meningkatkan kesadaran merek, atau mempromosikan suatu produk, layanan, acara, atau tujuan tertentu. Penggunaan PR Package sebagai packaging atau kemasan bakpia kukus khas Yogyakarta akan mengambil unsur-unsur kebudayaan khas Yogyakarta itu sendiri yang dapat diterapkan pada desain PR Package tersebut.

Kata Kunci: Pengembangan, PR Package bakpia kukus, Yogyakarta

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta, kota yang kaya akan sejarah dan warisan budaya, tidak hanya menawarkan pemandangan alam yang memesona tetapi juga memanjakan lidah dengan hidangan-hidangan tradisionalnya yang lezat, salah satunya adalah bakpia kukus. Bakpia kukus merupakan bakpia yang memadukan antara konsep bakpia tradisional dan modern. Dibandingkan dengan bakpia yang pada umumnya diolah dengan cara dipanggang, bakpia kukus menonjolkan keunikan teksturnya melalui teknik pengolahannya dengan cara mengukus. Hal ini menjadikan citra yang positif dan unik terhadap bakpia kukus bagi konsumen.

Rumah Joglo adalah warisan budaya Indonesia yang terletak di Yogyakarta, Jawa Tengah. Rumah adat Joglo terdiri dari 2 kata yaitu “*Tajug*” dan “*Loro*” yang artinya menggabungkan dua tanjung. Sementara untuk tajug sendiri adalah bentuk atap berbentuk piramida. Setiap hunian Joglo juga dilengkapi dengan jendela berukuran besar dan berjumlah banyak. Pintu rumah Joglo yang umumnya berada di tengah ruangan bukanlah sebuah detail arsitektur semata, akan tetapi hal tersebut juga memiliki filosofi yang mendalam, yaitu menggambarkan keharmonisan dan keterbukaan antar pemilik rumah dengan orang lain. Strukturnya terdiri dari soko guru yang terdiri dari empat tiang penyangga utama dan tumpang sari yang terdiri dari susunan balok yang menyangga soko guru.

Kemasan sendiri memiliki peranan penting dalam pemasaran dan penjualan suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2012), kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Menurut Masayu Endang (2018), melalui tampilan suatu kemasan, konsumen dapat memahami isi pesan yang disampaikan melalui kemasan produk tertentu dan pada umumnya kemasan selalu memberikan dampak yang lebih baik dan berarti bagi konsumen, bahkan konsumen rela membayar lebih banyak atau lebih mahal untuk produk yang memiliki kemasan lebih cantik, menarik, berbeda dan unik dari produk sejenis.

Kotler mengatakan “Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen” (Kotler, 2005 : 332). Dengan kata lain desain mempengaruhi pilihan konsumen, sebagai contoh:

1. Apakah akan membeli produk tersebut atau tidak.
2. Apakah desain yang ditawarkan sesuai kebutuhan atau tidak.
3. Apakah desain yang ditawarkan memiliki ketahanan yang lebih dibandingkan *brand* lain.

Dengan menggunakan *influencer* sebagai promotor, *Public Relations Package* menjadi sarana promosi yang memiliki beberapa elemen penting yang harus dipertimbangkan seperti Impresi, branding, dan *plus point*. Hal pertama yang perlu diperhatikan oleh penerima *PR Package* adalah desain kemasannya; desain harus memberikan pengalaman yang positif dan cocok dengan pengirim merek, memperpanjang identitas merek, membangun dan memperkuat pengenalan merek, serta memenuhi tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek. Dengan dasar filosofi tersebut, kami memiliki ide untuk merancang sebuah *PR Package* untuk Bakpia kukus yang terinspirasi dari Yogyakarta dan Rumah Joglo.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam Pengembangan Konsep PR Package Bakpia Kukus khas Yogyakarta adalah Studi literatur. Studi literatur dilakukan dengan cara mengkaji suatu informasi teori dan data melalui referensi buku atau jurnal yang berkaitan dengan perancangan desain kemasan, dengan tujuan untuk membantu dalam pengerjaan penelitian. Beberapa sumber didapatkan melalui website resmi sebagai tambahan referensi.

Untuk pengembangan kemasan yang akan dilakukan mengadopsi metode aplikasi UX pada kemasan oleh Yansen Theophilus (2018). Menurut Theophilus (2018), perancangan kemasan yang berfokus pada UXPositif dapat dibagi menjadi 5 tahapan, yaitu:



Gambar 1. Tahapan proses perancangan kemasan

Dalam penelitian ini, kami menerapkan metode kualitatif untuk menggali persepsi, pengalaman, dan praktik para peserta terkait dengan topik penelitian.

Langkah-langkah Metode Kualitatif:

1. Perumusan Pertanyaan Penelitian: Pertama, kami merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan dengan tujuan penelitian kami. Pertanyaan-pertanyaan ini membimbing pengumpulan dan analisis data kami.
2. Desain Penelitian: Kami merancang pendekatan penelitian yang sesuai dengan tujuan kami. Kami memilih teknik pengumpulan data seperti wawancara semi-struktur, observasi partisipatif, dan analisis dokumen untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.
3. Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui wawancara semi-struktur dengan peserta yang relevan, observasi langsung dari situasi yang berkaitan, dan analisis dokumen terkait. Kami berusaha untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang persepsi dan pengalaman peserta terkait dengan topik penelitian.
4. Analisis Data: Data yang dikumpulkan dianalisis secara mendalam menggunakan pendekatan induktif. Kami mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan yang muncul dari data untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang diteliti.
5. Interpretasi: Hasil analisis digunakan untuk menginterpretasikan temuan kami. Kami mengaitkan temuan kami dengan literatur yang relevan dan konteks penelitian untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.
6. Verifikasi: Kami memverifikasi keabsahan temuan kami dengan melakukan triangulasi data, yaitu membandingkan temuan dari berbagai sumber data, serta melibatkan diskusi dan validasi temuan dengan peserta atau peneliti lain.
7. Penyajian Hasil: Temuan penelitian kami disajikan dalam bentuk laporan penelitian yang memadai dan dapat dipahami oleh audiens yang dituju. Kami menyajikan temuan kami dengan narasi yang jelas dan mendukung dengan kutipan data yang relevan.

Dengan menerapkan metode kualitatif, kami dapat mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, yang memberikan kontribusi yang berharga terhadap literatur dan pemahaman praktis dalam bidang ini. Penjelasan ini mencakup langkah-langkah kunci dalam metode kualitatif, serta penekanan pada tujuan penelitian dan cara pendekatan kualitatif digunakan untuk mencapainya. Kami menggunakan diagram Yansen Theopilus untuk tahap proses perancangan kemasan.

2.1 Studi produk yg akan dikemas

1. Bakpia kukus
2. Kartu nama
3. Gantungan kunci
4. Stiker

2.2 Studi user

1. Strategi Media Sosial: Rencana untuk memanfaatkan platform media sosial untuk membangun keterlibatan, memperluas jangkauan, dan meningkatkan interaksi dengan audiens.
2. Pengembangan Merek: Strategi untuk membentuk citra dan identitas merek yang kuat melalui narasi yang konsisten dan strategi komunikasi yang tepat.

2.3 Konsep desain

1. Konsep diadaptasi dari rumah joglo yang berasal dari Yogyakarta, bentuk atap dari PR Package yang diadaptasi dari bentuk atap rumah joglo, kemudian stiker yang diadaptasi dari ikon” yang berada di Yogyakarta seperti awan, bakpia, lampu jalan, dan tugu Yogyakarta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

User interface atau antarmuka adalah apa yang terlihat dalam pengoperasian, sementara *branding* adalah kegiatan membangun sebuah *brand* dengan tujuan untuk membuat identitas, termasuk dalam pembuatan logo. Produk ingin mendapat perhatian khalayak, melalui unsur-unsur grafis yang ditawarkan oleh kemasan adalah sebuah daya tarik visual yang akan dilirik oleh para pembeli. Maka dibutuhkannya kreativitas agar produk tersebut mencapai target pemasarannya sesuai pangsa pasar yang ada. Menurut Yongki Safanayong (2006, hlm.62) pengertian desain kemasan adalah alat pemasaran yang terpenting untuk barang-barang yang dikemas. Kemasan mengkomunikasikan *brand* dan nilai produk pada *point of sale*, serta dengan penggunaan desain struktur kemasan atau wajah grafis mampu membedakan suatu produk dari pesaingnya. Menurut Kotler dan Keller (2009, hlm. 260), penetapan merek (*branding*) adalah memberikan kekuatan merek kepada produk dan jasa. Dengan demikian, pada *PR Package* bakpia kukus Yogyakarta ini menggunakan *user interface* yang memiliki fokus pada kesenian yang ada di Yogyakarta, tahapan pembuatan *user interface PR Package* bakpia kukus Yogyakarta meliputi 3 tahapan:

1. Pembuatan 3d model struktur *PR Package*.

3d model struktur dari *PR Package* dibuat menggunakan aplikasi Rhinoceros 3d, model struktur yang dibuat diadaptasi dari rumah adat Joglo yang berada di Yogyakarta, Dengan desain adaptasi ini diharapkan bisa membuat daya tarik visual menarik yang akan dilirik oleh pembeli.

2. Pembuatan stiker.

Stiker dari *PR Package* dibuat menggunakan *adobe illustrator*, model dari stiker yang dibuat diadaptasi dari ikon yang berada di Yogyakarta seperti awan, bakpia, lampu jalan, dan tugu Yogyakarta. Dengan desain adaptasi ini diharapkan bisa membuat daya tarik visual menarik yang akan dilirik oleh pembeli.

3. Pembuatan 3d model kemasan satuan *PR Package*.

Model kemasan satuan yang berada di dalam *PR Package* dibuat dengan aplikasi Rhinoceros 3d, di desain dengan 2 bagian yaitu tempat souvenir dan tempat bakpia kukus.

Sedangkan *user experience* adalah apa yang dirasakan oleh pengguna saat mengoperasikan. *PR Package* bakpia kukus Yogyakarta ingin menerapkan pengembangan kemasan yang memiliki *user experience* yang positif, Proses perancangan *PR Package* dimulai ketika pengembangan strategi perusahaan dan rancangan produk makanan telah selesai dikembangkan. Hal tersebut dilakukan karena pengembangan seluruh atribut dalam *PR Package* yang dirancang akan sangat bergantung pada strategi perusahaan (channel penjualan produk, strategi pemasaran produk, strategi promosi perusahaan, dan lain-lain) dan produk makanan yang ditawarkan (bentuk, ukuran, jenis, likuiditas, dan lain-lain). Selain itu, perancangan *PR Package* juga dilakukan setelah menentukan *UX goals* apa yang ingin diberikan kepada konsumen. Proses perancangan *PR Package* terdiri dari 5 tahapan utama, dimana proses ini dapat bersifat iteratif jika diperlukan:

1. Penentuan Tujuan dan Kebutuhan *PR Package*

Pada tahap ini, ditentukan tujuan dan kebutuhan dari *PR Package* yang akan dirancang berdasarkan tiga hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu produk apa yang dikemas oleh *PR Package*, strategi dari perusahaan yang ingin diterapkan melalui rancangan *PR Package*, dan *UX* apa yang hendak ditampilkan melalui *PR Package*. Pada tahap ini, dapat ditentukan pula batasan-batasan yang perlu diperhatikan dalam perancangan *PR Package* (misal: biaya, *brand identity*, dan lain-lain).

2. Pengembangan Ide *PR Package*

Setelah menetapkan tujuan dan kebutuhan *PR Package*, dilakukan pengembangan ide *PR Package* berdasarkan input dari proses sebelumnya. Pada tahap ini, pengembangan ide *PR Package* dilakukan dengan merencanakan rancangan dari setiap atributnya (misal: bentuk kemasan, ukuran kemasan, informasi dalam kemasan, dan lain-lain).

3. Perancangan Konsep *PR Package*

Hasil rancangan konsep *PR Package* dapat berupa sketsa gambar tangan, sketsa menggunakan design software, maupun gambar *CAD (Computer Aided Design)*.

4. Pembuatan Prototipe *PR Package*

Prototipe sudah menyerupai gambaran asli dari *PR Package* yang dirancang dan sudah dapat digunakan oleh pengguna. Prototipe berfungsi untuk merepresentasikan rancangan *PR Package* dalam bentuk yang lebih mendekati desain akhir.

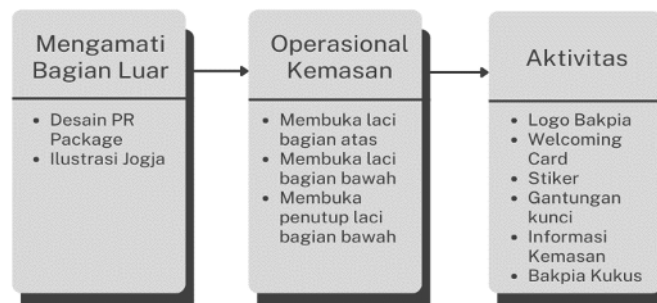
5. Evaluasi Rancangan *PR Package*

Proses evaluasi memastikan *PR Package* yang dirancang berhasil mencapai tujuan. Evaluasi yang baik melibatkan *stakeholders* dalam proses evaluasi agar mendapatkan analisis dan masukan yang bermanfaat untuk menghasilkan rancangan *PR Package* Yang terbaik. Metode untuk melakukan evaluasi rancangan kemasan sangat bervariasi, seperti observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, *focus group*, *storytelling*, *survey*, dan lain-lain.



Flow Chart 1: *Unboxing Experience* dan Perwajahan

Diagram Flowchart *Unboxing Experience* dan Perwajahan



Dalam proses tahapan *Unboxing Experience* terdapat beberapa tahapan. Yang pertama adalah mengamati bagian luar dari *PR Package* tersebut. Pada aktivitas ini user mengamati desain pada *PR*

Package, desain yang kami ambil mengikuti desain rumah adat khas Yogyakarta, yaitu Rumah Joglo. Pada bagian atas terdapat atap dari rumah joglo dan bagian bawah yang berbentuk kotak mengikuti bentuk dari rumah joglo tersebut. Lalu aktivitas selanjutnya adalah user mengamati ilustrasi yang ada pada *PR Package*, ilustrasi yang ada pada box bagian luar meliputi ikon lampu jalan malioboro, awan, tugu Yogyakarta, dan Gunungan Wayang. Untuk tahapan kedua user mengarah pada operasional Kemasan. Pada tahapan ini aktivitas yang dilakukan user adalah, yang pertama membuka laci pada bagian atas box, setelah itu user membuka laci bagian bawah. Pada laci bagian bawah ini terdapat penutup untuk menutupi Bakpia kukus Khas Yogyakarta. Aktivitas selanjutnya user membuka penutup dari laci bagian bawah tersebut. Yang ketiga ada Aktivitas, pada bagian ini saat user membuka laci bagian atas, laci tersebut berisikan *Welcoming Card* dimana kartu ini akan menyambut user yang telah membuka laci ini. Setelah itu terdapat *Merchandise* dari Yogyakarta seperti stiker, gantungan kunci khas Yogyakarta. Aktivitas selanjutnya user mengarah pada laci bagian bawah. Pada laci ini user akan ditampilkan logo dari *brand* bakpia kukus khas Yogyakarta. Selain logo, pada laci ini terdapat stiker khas yogyakarta di bagian kanan dan kiri, lalu pada bagian bawah laci terdapat juga informasi gizi atau nutrition facts dari bakpia kukus ini. Untuk di bagian belakang terdapat stiker deskripsi produk yang berisi tentang sejarah produk, komposisi, saran penyimpanan, produsen, sertifikat halal, dan kontak produsen. Lalu item terakhir yang terdapat pada laci ini adalah bakpia kukus khas yogyakarta itu sendiri. Bakpia kukus khas Yogyakarta yang disediakan memiliki 2 varian rasa, yang pertama ada rasa coklat dan yang kedua rasa pandan coklat. Setelah itu konsumen dapat mengambil dan menyantap bakpia kukus khas yogyakarta.

Foto 1: Foto bagian *PR Package*



Tampak Bawah



Tampak Kanan



Tampak Kiri



Tampak Belakang



Tampak Atas

Foto 2: Foto *Unboxing Experience*



Tampak Laci Atas Terbuka



Tampak Laci Bawah Tertutup



Tampak Laci Bawah Terbuka



Tampak laci Bawah Terbuka

Dalam proses tahapan *Unboxing Experience*, pengalaman yang diperoleh sangatlah menarik. Dari awal mengamati bagian luar *PR Package* yang menampilkan desain rumah adat khas Yogyakarta hingga tahapan operasional kemasan yang melibatkan pembukaan laci atas dan bawah dengan segala kejutannya. Setelah itu, pengguna disambut dengan *Welcoming Card* dan *Merchandise* khas Yogyakarta di dalam laci atas. Sedangkan pada laci bawah, logo brand bakpia kukus yang khas serta informasi gizi produk menjadi sorotan. Terakhir, bakpia kukus khas Yogyakarta dalam dua varian rasa menjadi penutup yang menggugah selera. Dengan demikian, *Unboxing Experience* tidak hanya memberikan pengalaman visual yang menarik tetapi juga memuaskan lidah konsumen dengan menyajikan cita rasa khas Yogyakarta.

4. KESIMPULAN

Unboxing *PR Package* bakpia kukus khas Yogyakarta ini terdiri dari sekian langkah. Setiap langkah bertujuan untuk merepresentasikan bakpia kukus khas Yogyakarta disajikan dengan packaging yang menarik dan memperlihatkan kualitasnya. Hal ini agar bakpia kukus khas Yogyakarta dapat dikenal di kalangan yang lebih luas. Selain itu *PR Package* ini bertujuan agar memberi tahu bahwa bakpia tersebut merupakan produk makanan yang sangat populer dan memiliki ciri khas tersendiri. Dengan menampilkan desain yang berbentuk rumah adat dari Yogyakarta itu sendiri yakni rumah joglo.

UI/UX diaplikasikan fokus pada elemen-elemen desain yang menarik dan intuitif, pengguna merasa terhubung secara emosional dengan merek dan produk. Antar muka pengguna yang disempurnakan memberikan navigasi yang mudah dan nyaman, memungkinkan untuk menjelajahi produk dengan lancar dan menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Selain itu, pengguna juga merasakan sentuhan lokal yang khas dari kemasan *PR Package*, memberikan pengalaman yang otentik dan berkesan. Dengan demikian, kombinasi antara desain *UI/UX* yang menarik dan *PR Package* yang autentik membuat *PR Package* bakpia khas Yogyakarta menjadi pilihan yang menarik bagi pengguna yang mencari pengalaman belanja yang menyenangkan dan bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Raray Istianah, *ejournal.upi.edu*. PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK MAKANAN MEREK KRISPY YAMMY BABEH, Volume: 4 . Edisi: 1 (Februari 2022).
- [2] Aprilina Kurniawati, Muhammad Riefqi Putra Juliesa, Kadek Ardhika Widya Kresna, "PENGEMBANGAN MASYARAKAT MELALUI DESAIN KEMASAN PRODUK SAMBAL PISANG MANOORA (STUDI KASUS: CSR PT PETROKIMIA GRESIK)" . "SENADA", Vol.6, Maret 2023
- [3] Andra Prananda, *etd.umy.ac.id*. STRATEGI KREATIF PETAKUMPET CREATIVELAB DALAM PEMBUATAN LOGO BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA, 2020.
- [4] Rizky Utami. "Buku Ensiklopedia mini : Rumah-rumah adat nusantara". "CV. ANGKASA" 2021
- [5] Christian. Alvina Gunawan. "Rumah Joglo Sebagai Identitas Visual Konsep Bangunan Kuliner Kontemporer." 2009 [Mar. 20, 2024].
- [6] Milana Sesnova, Novian Denny Nugraha, Diani Apsari, *e-Proceeding of Art & Design*. PERANCANGAN USER INTERFACE MOBILE MENGENAI PENGETAHUAN GIZI DAN MAKANAN SEHAT BAGI MAHASISWA, Vol.8, No.6 Desember 2021
- [7] Yansen Theopilus, *Researchgate.net*. Pengembangan Kemasan Makanan untuk Menghasilkan User Experience yang positif: Studi Kasus pada Salah Satu UMKM Makanan di Kota Bandung, Vol. 3, No. 2, September 2018 pp. 9-16