



PERANCANGAN KEMASAN PADA BOARD GAME PETUALANGAN TRADISIONAL RASA

Yedistya Aulia Ramadhan^{*1}, Aninditya Daniar², Restu Ismoyo Aji³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, (031) 870 6369

Email : 21052010130@student.upnjatim.ac.id¹, aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id²,

restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id³

ARTICLE INFO

Article history:

Received Februari 2025

Received in revised form April 2025

Accepted Mei 2025

Available online Juli 2025

ABSTRACT

The packaging design of the Petualangan Tradisional Rasa board game aims to create an educational Medium that attracts the interest of young people aged 19–22 toward traditional Indonesian cuisine. This game is designed to address the declining interest among the younger generation in local culinary heritage due to the dominance of modern food culture. The design process employed a combination of qualitative and quantitative methods. The qualitative method involved observation and interviews with Board Game Academy and Table Toys to gather insights on effective board game packaging, while the quantitative method was carried out through questionnaires distributed to the target audience to assess packaging design preferences.

Keywords: Board Game, Packaging, Culinary Education

1. Introduction

KEMASAN

Kemasan adalah bagian luar yang membungkus sebuah produk, kemasan berperan dalam meningkatkan nilai dan fungsi suatu produk, karena tidak hanya merujuk pada benda fisiknya, tetapi juga merupakan hasil akhir dari proses pengemasan yang dirancang untuk menambah fungsionalitas produk (Rachmadani et al., n.d.).

Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran produk, karena lebih dari sekadar pelindung, kemasan juga berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, karena daya tarik sebuah produk sangat bergantung pada desain kemasannya, karena kemasan adalah elemen pertama yang terlihat oleh konsumen. Di tengah banyaknya pilihan produk di pasar, kemasan yang menonjol bisa menjadi elemen penentu dalam keputusan pembelian atau ketertarikan pada suatu produk. Pada kemasan, desain kemasan tidak hanya memperhatikan sisi estetika, tetapi juga mencerminkan identitas, nilai, dan pesan yang ingin disampaikan pada produk tersebut.

Pada produk kreatif, seperti board game, desain kemasan memiliki peran penting dalam menciptakan daya tarik tersendiri bagi peminatnya. Teknologi dalam bidang pengemasan

mengalami perkembangan dari metode tradisional menuju teknik modern, sehingga kini pengemasan menjadi faktor penting dalam persaingan bisnis (A.A. Made Semariyani et al., 2019) . Selain itu, desain kemasan yang unik juga dapat memperkuat tema atau konsep yang ingin dihadirkan, sekaligus memberikan informasi mengenai produk yang ada di dalamnya. Kemasan yang dirancang dengan baik mampu membangun citra positif, menarik perhatian di antara produk sejenis, serta memengaruhi keputusan pembelian secara emosional maupun rasional.

BOARD GAME PETUALANGAN TRADISIONAL RASA

Board game *Petualangan Tradisional Rasa* adalah permainan papan yang dirancang sebagai media untuk mengingat kembali dan sarana penguatan budaya makanan tradisional Indonesia kepada remaja usia 19–22 tahun. *Board Game* ini mengajak pemain untuk menjelajahi berbagai daerah di Indonesia dan mengenal beragam kuliner khas dari setiap wilayah dengan cara yang menyenangkan dan interaktif. Permainan ini diciptakan karena ditemukan identifikasi masalah yakni, hasil wawancara dengan Bu Fatma, owner dari Natural coking club, serta dari hasil quisioner yang telah dilakukan, generasi muda Indonesia cenderung kurang tertarik pada makanan tradisional Nusantara, lebih memilih makanan cepat saji atau hidangan modern hal ini mengancam pelestarian kuliner tradisional yang kaya akan nilai budaya dan sejarah dan Edukasi tentang makanan khas daerah sering kali disampaikan secara sederhana, seperti melalui cerita lisan, yang tidak cukup menarik minat generasi muda (Hasyim et al., 2022). Jika tren ini dibiarkan, dikhawatirkan warisan kuliner Nusantara semakin terpinggirkan oleh dominasi makanan asing yang lebih mudah diakses dan populer di kalangan anak muda (Ikorasaki et al., 2022).

Menurut (Yunianta, 2019) *board game* interaktif adalah salah satu bentuk inovasi dalam media pembelajaran yang memanfaatkan bidang datar sebagai tempat bermain. *Board game* menggabungkan unsur permainan yang dapat dimainkan secara berkelompok, menjadikannya sebagai alat yang efektif untuk proses belajar yang interaktif dan menyenangkan. *Board game* menjadikan remaja untuk belajar dengan cara yang lebih praktis dan aplikatif, menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik (Rahmawati et al., 2024).

Tidak hanya berisi tantangan dan strategi, permainan ini juga dilengkapi dengan informasi menarik tentang asal-usul, ciri khas, dan keunikan makanan tradisional Nusantara. *Board game* ini juga diciptakan dengan desain ilustrasi yang sudah disesuaikan dengan minat audiens.

Menurut (Destian Sandi et al., 2023) kemasan dirancang secara kreatif dengan memadukan elemen-elemen seperti bentuk, struktur, warna, tipografi, serta informasi produk untuk menunjang strategi pemasaran.

Dalam rangka perancangan *Board Game* Petualangan Tradisional Rasa ini, akan dibuat desain kemasan dari permainan papan ini, dengan tujuan untuk menarik minat dari remaja target audiens . Selain itu, tujuan dari diciptakannya kemasan ini juga agar audiens mengetahui apa saja komponen isi permainan papan ini, dan beberapa gambaran yang ada di dalam isinya. Pada perancangan ini, desain dari kemasan terdiri dari beberapa komponen, yaitu ilustrasi, tipografi, logo, dan warna.

KAJIAN TEORITIS

Kemasan dibagi menjadi tiga kategori yaitu kemasan primer, sekunder, dan tersier. Kemasan primer bersentuhan langsung dengan produk, sedangkan kemasan sekunder berfungsi sebagai pelapis tambahan di luar kemasan primer. Sementara itu, kemasan tersier digunakan untuk melindungi produk yang telah dikemas sebelumnya, terutama dalam proses distribusi atau pengiriman (Hana Aulia Andiati1, n.d.)

Fungsi utama kemasan makanan adalah untuk melindungi makanan dari kotoran dan kerusakan, namun fungsi kemasan yang tak kalah penting adalah sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen (Sungkar & Hutama, 2020). Dengan ini, maka kemasan memiliki banyak sekali fungsi penting yang secara umum sudah masyarakat sadari, tidak hanya pada produk makanan, semua produk sudah pasti membutuhkan kemasan sebagai pelindung dan penunjang produknya.

Packaging is a silent salesman. Kemasan sering dianggap sebagai elemen tambahan yang hanya menambah biaya dan akhirnya dibuang, namun pada kenyataannya, kemasan memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen. Tanpa kemasan, produk cenderung kurang diminati meskipun isinya berkualitas, karena kemasan turut membentuk persepsi dan daya tarik produk di pasaran (Dr. Ir. Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti, 2023). Meskipun sering dianggap limbah, kemasan terkadang merupakan peran utama dalam sebuah produk, yang merupakan bagian dari dalam produk itu sendiri, contohnya seperti kemasan pada minuman, minuman tidak akan berdiri sendiri tanpa kemasannya.

Kemasan *board game* Petualangan Tradisional Rasa ini memiliki beberapa komponen, komponen pertama adalah ilustrasi, Ilustrasi memiliki peran penting dalam menjelaskan atau memberikan kejelasan terhadap informasi tertentu, dan dapat juga dipahami sebagai tindakan atau proses yang menggambarkan suatu objek atau konsep Clarence L (1982) dalam (Wardhani et al., 2024) dalam (Bachtiar, 2019).

Ilustrasi banyak digunakan tidak hanya dalam buku cerita maupun sampul buku, tetapi juga kerap hadir pada berbagai produk, khususnya di bagian kemasannya. Kehadiran ilustrasi pada kemasan berfungsi untuk menarik perhatian konsumen sekaligus memberikan penyegaran visual dari desain-desain kemasan yang sudah ada sebelumnya (Yosep Kevin Dwiputra & Tabita Nani Aryani, 2021). Dalam kemasan *Board Game* Petualangan Tradisional Rasa ini, menggunakan ilustrasi dari kerupuk pada bagian depan dan ilustrasi makanan populer di bagian samping box nya. Gaya ilustrasi yang digunakan juga merupakan gaya ilustrasi semi kartun, alasan menggunakan gaya ilustrasi ini adalah karena remaja cenderung lebih menyukai gambar dengan gaya semi kartun karena tampilannya yang lebih ekspresif, ringan, dan mampu menghadirkan kesan visual yang menarik serta mudah diterima dibandingkan dengan gaya gambar yang terlalu realistis atau formal (Eka & Perdana, n.d.)

Selain ilustrasi, komponen yang ada pada kemasan ini adalah Logo, Logo memiliki peran penting sebagai identitas visual sebuah brand. Lebih dari sekadar gambar atau simbol, logo berfungsi sebagai wajah yang mewakili karakter, nilai, dan citra dari brand itu sendiri. Melalui logo, sebuah brand dapat dikenali, dibedakan dari kompetitor, dan membangun hubungan emosional dengan audiensnya (Lailatul Hekmah, 2021).

Setelah logo, dalam kemasan ini juga ada tipografi, menurut buku (Annas Marzuki, 2023) tipografi dipandang sebagai suatu ilmu yang berfungsi menunjang kelancaran komunikasi

visual, di mana pembuatan dan penyusunan kalimat menggunakan beragam jenis huruf dirancang sedemikian rupa agar pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami sekaligus menarik perhatian audiens. Jika didalam sebuah kemasan tidak terdapat tipografi, sangat sulit untuk mengomunikasikan sebuah produk yang ada didalamnya, maka dari itu tipografi termasuk dalam komponen yang sangat penting pada sebuah kemasan. Dalam proses perancangan kemasan, pemilihan tipografi harus diperhatikan dengan cermat, sebab huruf yang digunakan perlu tetap terbaca dengan jelas meskipun konsumen melihatnya dari jarak beberapa kaki, agar informasi pada kemasan dapat tersampaikan secara efektif (Muhammad & Mirza, n.d.).

Kemudian, ada komponen yang tidak kalah penting, yaitu adalah warna, warna memiliki peran yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, beriringan dengan perkembangan teknologi modern, di mana warna berfungsi sebagai unsur aditif dalam bentuk cahaya yang dikenal sebagai spektrum, serta sebagai unsur subtraktif yang tampak dalam pigmen atau warna pada berbagai material (Dedih Nur Fajar Paksi, 2021) . Dalam identitas visual, warna merupakan komponen penting yang bisa menarik mata audiens paling pertama, menurut (Wardhani et al., 2024), warna berperan sebagai rangsangan visual yang mampu memengaruhi pikiran dan perilaku kita, dengan efek yang bisa positif, seperti menimbulkan ketenangan, atau negatif, seperti rasa cemas. Selain itu, warna sering digunakan untuk merefleksikan perasaan tertentu dan menyampaikan makna yang tersembunyi. Dalam kemasan, warna seringkali membangun citra sebuah brand, contohnya pada kemasan produk wanita, warna yang paling identik adalah warna merah muda.

2. Research Method

Dalam perancangan kemasan *Board Game* Petualangan Tradisional rasa ini digunakan kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik kualitatif dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak *Board Game Academy* dan *Table Toys* yang berada di Kota Surabaya, bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemasan permainan papan yang menarik minat audiens dan tetap . Sedangkan pendekatan kuantitatif dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada remaja, untuk mengumpulkan informasi mengenai pandangan, dan minat mereka terhadap hasil dari kemasan yang telah diimplementasikan dari hasil kualitatif sebelumnya dan *layout dari kemasan tersebut*. Subyek dalam pendekatan kuantitatif ini adalah remaja yang memiliki usia 19- 22 tahun, yang merupakan target segmentasi dari *board game* ini.

Observasi dan wawancara pada pihak Board Game Academy dilakukan pada Sabtu, 19 oktober 2024 yang bertempat di Jl. Raya Panjang Jiwo Permai, Tenggilis Mejoyo, surabaya. Dilakukannya observasi juga untuk mengetahui board game apa saja yang kemasannya menarik dan disenangi bagi remaja.

Pada tanggal 10 Desember 2024 dilakukan kembali observasi dan wawancara di Table Toys yang merupakan tempat bermain *board game* dan merupakan perpustakaan *board game* juga. Table toys ini bertempat di Ruko Central Park, Jl. Raya Mulyosari No.AB-10, Kalisari, Kec. Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur 60112. Tujuan diadakannya observasi ini adalah untuk mengetahui jenis – jenis, ukuran *board game* dan kemasannya, bahan- bahan, ukuran, serta style desain yang digunakan pada board game lokal.

3. Results and Analysis

Konsep dari perancangan kemasan board game ini adalah bentuk kemasannya yang menyerupai kaleng kerupuk dan juga ilustrasi yang ada di bagian samping kaleng kerupuk untuk mempresentasikan makanan- makanan yang ada di Indonesia ini. Berdasarkan hasil wawancara bersama pakar board game Table toys, banyak peminat dari board game yang melihat dari kemasan produk. Contohnya adalah board game Fury card yang kemasannya merupakan kemasan ramen Fury.



Gambar 1. kemasan board game Ramen Fury

(Sumber : <https://www.amazon.com/>)

3.1. ILUSTRASI

Pada perancangan ini desain ilustrasi akan gaya ilustrasi *semi kartun*, dilansir dari (Hasti Lumenta et al., 2023) Ada berbagai pendekatan visual yang bisa digunakan untuk memodifikasi karya lewat gaya yang disenangi anak muda, seperti gaya *semi-realis*, kartun, atau bahkan manga yang terinspirasi dari komik Jepang, yang sangat disukai oleh kalangan muda. Pada Perancangan kali ini, akan digunakan gaya ilustrasi yakni ilustrasi *semi kartun*.



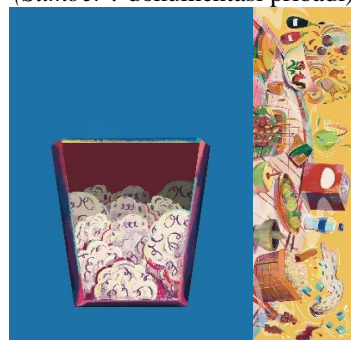
Gambar 2. Art style semi kartun.

(Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/>)

Hasil dari implementasi ilustrasi semi kartun ini berupa ilustrasi di bagian depan dan bagian samping dari box kemasan *board game* Petualangan Tradisional Rasa. Pada kemasan bagian depan, digambarkan dengan ilustrasi kerupuk dikarenakan kerupuk telah menjadi makanan yang sangat akrab di berbagai kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, dan keberadaannya pun telah meluas ke berbagai wilayah di nusantara, menunjukkan betapa besar penerimaan masyarakat terhadap makanan ringan ini dalam kehidupan sehari-hari (Dwi Cahyono & Nurcahyo, n.d.). Pada bagian samping box, terdapat ilustrasi makanan Indonesia beserta ciri khas nya seperti mangkuk ayam, es cekek dan ilustrasi nasi bungkus.



Gambar 3. Sketsa Ilustrasi kemasan
(Sumber : dokumentasi pribadi)



Gambar 4. Ilustrasi bagian depan dan samping packaging
(Sumber : dokumentasi pribadi)

3.2 . LOGO

Pada perancangan ini, quisioner juga termasuk dalam pemilihan logo. Quisioner ini dilakukan kepada target audiens yaitu remaja yang berusia 19- 22 tahun.

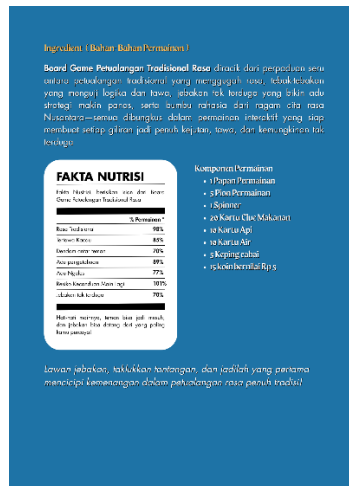


Gambar 5. Desain logo terpilih
(Sumber : dokumentasi pribadi)

Pada perancangan desain kemasan ini, diserahkan 3 pilihan logo kepada target audiens, dengan hasil terpilih yaitu logo ke 2.

3.3. TIPOGRAFI

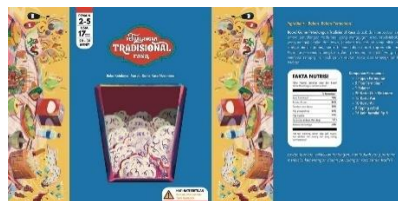
Tipografi yang digunakan pada kemasan ini adalah font maragsa sebagai font yang dipakai untuk subjudul yang ada di bagian depan kemasan dan juga yang ada di bagian belakang kemasan . Pada bagian belakang kemasan, *board game* ini tidak menggunakan ilustrasi, akan tetapi menggunakan tipografi dan *layout* yang menyerupai komposisi pada kemasan makanan asli.



Gambar 6. Penggunaan tipografi pada kemasan (Sumber : Dokumen pribadi)

3.4. TATA LETAK DAN HASIL AKHIR KEMASAN

1.



2.



3.



Gambar 7 Alternatif kemasan (Sumber : dokumen pribadi)

Pada layout kemasan, diberikan 3 pilihan kepada target audiens, dan hasil quisioner yang terpilih adalah kemasan yang ada pada pilihan 1.

4. Conclusion

Melalui perancangan kemasan *Board Game Petualangan Tradisional Rasa*, dapat disimpulkan bahwa kemasan memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai pelindung fisik produk sekaligus sebagai sarana komunikasi visual yang mampu membangun daya tarik terhadap audiens, khususnya remaja berusia 19 hingga 22 tahun. Penggabungan elemen ilustrasi bergaya semi kartun, logo yang dipilih berdasarkan preferensi target audiens, penggunaan tipografi yang efektif untuk memperjelas informasi, serta pemilihan warna yang sesuai, menjadi strategi penting dalam mendukung identitas produk. Hasil dari metode observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa desain kemasan yang kreatif dan komunikatif mampu meningkatkan persepsi positif terhadap produk, memperkuat daya saing di tengah banyaknya pilihan di pasar, serta mendorong minat generasi muda untuk lebih mengenal dan melestarikan kekayaan kuliner tradisional Indonesia melalui media permainan yang menyenangkan dan interaktif. Dengan demikian, kemasan bukan hanya elemen pelengkap, melainkan bagian integral dari strategi branding dan edukasi produk.

References

- A.A. Made Semariyani; I Wayan Sudiarta; I Nyoman Rudianta; I Putu Candra; I Gede Pasek Mangku; Luh Suriati; Ni Made Ayu Suardani Desa Sulangai, P. (2019). Pengemasan dan Strategi Pemasaran Produk Pangan di Desa Sulangai. In *Community Services Journal (CSJ)* (Vol. 2, Issue 1).
- ANNAS MARZUKI SULAIMAN. (2023). *TIPOGRAFI: DASAR DAN PENERAPANYA*. MITRA CENDEKIA.
- Bachtiar, M. (2019). UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta. *Perancangan Program Acara Televisi Feature Eps. Suling Gamelan Yogyakarta*, 1–109.
- Dedih Nur Fajar Paksi. (2021). *Jurnal IMAJI Volume 12 Nomor 2 Jakarta Diterbitkan oleh: Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta*. <https://doi.org/10.52290>
- Dr. Ir. Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti, M. Dr. Ir. A. A. P. E. M. S. Ir. N. M. Y. M. S. Ir. A. A. M. S. M. S. (2023). *PENTINGNYA KEMASAN DALAM PEMASARAN PRODUK* (M. S. Dr. Dra. Anak Agung Rai Sita Laksmi, Ed.). SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Dwi Cahyono, M., & Nurcahyo, H. (n.d.). *4 KERUPUK KLENTENG BOJONEGORO DALAM PERSPEKTIF SEJARAH DAN GASTRONOMI BUDAYA*. <https://seide.id/kuliner-nusan-eka>
- Eka, D., & Perdana, S. (n.d.). *PERANCANGAN E-BOOK ILUSTRASI CERITA SARIP TAMBAK OSO DENGAN TEKNIK ILUSTRASI DIGITAL PAINTING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN RASA CINTA TANAH AIR KEPADA GENERASI Z TUGAS AKHIR Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Oleh*.
- Hana Aulia Andiatil, J. G. E. W. (n.d.). *Pemanfaatan Gelatin Ceker Itik dengan Penambahan Gliserol sebagai Plasticizer terhadap Sifat Fisik Edible Film*.
- Hasti Lumenta Akademi Seni Rupa dan Desain MSD Yogyakarta, N., Taman Siswa No, J., Mergangsari, K., Yogyakarta, K., & Istimewa Yogyakarta, D. (2023). Pemahaman Generasi Muda terhadap Representasi Keteladanan Hidup pada Ilustrasi Wayang. *Journal on Education*, 05(04).
- Hasyim, N., Senoprabowo, A., & Pramudya, E. R. (2022). Pengembangan Konsep Game Edukasi Tentang Pengenalan Makanan Tradisional Indonesia kepada Anak-Anak Usia

- Dini. *Prosiding Sains Nasional Dan Teknologi*, 12(1), 238. <https://doi.org/10.36499/psnst.v12i1.6891>
- Ikorasaki, F., Arwa, K., & Hrp, N. A. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Pengenalan Masakan Nusantara Berbasis Android. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(1), 48–54. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v1i1.78>
- Kajian, J., Jurnal, P., Pariwisata, K., Destian Pratama, S., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional Article history*. 05(1), 11–19. <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1086>
- Lailatul Hekmah. (2021). *KREATIFITAS DALAM PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM KELURAHAN KROMAN, KECAMATAN GRESIK*.
- Muhammad, I., & Mirza, M. (n.d.). *Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia*.
- Rachmadani, D. I., Dwi Pramesti, R., & Haryani, A. (n.d.). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN UNTUK PRODUK DIMSUM PADA UKM WARUNG JAJANAN. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL TETAMEKRAF* (Vol. 1, Issue 2).
- Rahmawati, E., Arifianto, P. F., & Daniar, A. (2024). *Perancangan Desain Board Game Penjumlahan dan Pengurangan sebagai Alat Bantu Pembelajaran Matematika Guru Sekolah Dasar Kelas 1 dan 2*. 4, 1899–1908.
- Sungkar, S. S. P. D. K. E. V. R. P. P. I. S., & Hutama, K. (2020). SEMIOTIKA SINTAKTIK PADA DESAIN KEMASAN ENAM VARIAN RASA PRODUK POCKY INDONESIA. In *Diah Asmarandani Jurnal Seni & Reka Rancang* (Vol. 3, Issue 1). <http://pocky.glico.com/global/about/history.html>,
- Wardhani, A. K., Pujiyanto, P., & Pahlevi, A. S. (2024). Board Game sebagai Media Menurunkan Stres pada Remaja Akhir (18-22 Tahun). *JoLLA Journal of Language Literature and Arts*, 4(7), 651–659. <https://doi.org/10.17977/um064v4i72024p651-659>
- Yosep Kevin Dwiputra, & Tabita Nani Aryani. (2021). *ANALISIS PENGARUH ILUSTRASI PADA KEMASAN “KEMRIPIK” TERHADAP MINAT BELI ALUMNI SMA PL SERVASIUS BEKASI*.
- Yunianta, T. N. H. (2019). LEARNING MEDIA DEVELOPMENT OF BOARD GAME “THE LABYRINTH OF TRIGONOMETRY” IN TRIGONOMETRY MATERIALS FOR THE 10th GRADE SENIOR HIGH SCHOOL. *Satya Widya*, 34(2), 88–100. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2018.v34.i2.p88-100>