

**DESAIN KEMASAN PRODUK KULINER TRADISIONAL KONJI ANAK LOBA
INSTAN DALAM MENINGKATKAN *BRANDING* KAMPUNG ADAT KOTO SENTAJO**

Oleh : Zulmifta huljannah

Pembimbing: Andri Sulistyani

Email: zulmifta.huljannah0944@student.unri.ac.id, andri.sulistyani@lecturer.unri.ac.id

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

One of the potential attractions that support the development of tourist areas is typical food which can be souvenirs for tourists. Souvenirs are an important part of tourism promotion. One of the important elements of tourism promotion is branding. Branding is an effort to strengthen the value of a brand. If it is associated with a product, Branding can be applied to packaging so that it can add value to a product, so that it can attract consumer interest. When you know the steps for making a packaging design that can become an identity for the product and tourist area you want to promote, you will produce stages and conditions for how to design an attractive one. This can be started from understanding the current state and condition of the tourist area. Attractive packaging design is expected to be able to accommodate a message/communication between producers and consumers. The method used in this research is descriptive qualitative method. The result of this research is the design of this packaging design, the name "Konji Anak Loba Etek Typical Koto Sentajo Traditional Village". The packaging colors used are white, green, and yellow. This certainly means that this activity can help the community's economy. And it is hoped that it will be able to improve the Branding of the Koto Sentajo Traditional Village.

Keywords: *konji anak loba, instant, branding.*

1.1 Latar Belakang Masalah

Di sektor pariwisata, Kabupaten Kuantan Singingi memiliki potensi yang besar. Potensi tersebut terletak pada bentuk budaya dan keindahan alam. Potensi peluang pengembangan tersebut antara lain destinasi wisata alam dan budaya yaitu atraksi budaya yang dapat dikembangkan seperti Pacu Jalur. Pacu Jalur merupakan potensi wisata yang diadakan setiap tahun untuk merayakan hari besar nasional seperti perayaan Hari Kemerdekaan di Indonesia. Hal ini tentu saja diketahui secara luas, baik di luar Kabupaten Kuantan Singingi dan maupun di Kabupaten Kuantan Singingi sendiri. Pacu Jalur masuk dalam kalender nasional dan Pacu Jalur merupakan budaya pemerintahan Kuantan Singingi yang telah lama ada dari ratusan tahun lalu serta dikenal sampai mancanegara. Pacu Jalur tersebut dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi. Pacu Jalur tersebut dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi. Selain Pacu Jalur, ada hal lain yang menjadi kebanggaan masyarakat Kuantan Singingi, yakni sebuah prestasi yang harus masyarakat Kuantan Singingi banggakan, sebuah penghargaan bergengsi dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) award.

Salah satu bentuk wisata yang saat ini berkembang pesat adalah wisata kuliner. Tentunya pariwisata di Kabupaten Kuantan Singingi tidak lepas dari hal tersebut. Kecenderungan yang disukai wisatawan datang ke kawasan wisata adalah untuk mencari atau berburu makanan khas setempat. Ini juga merupakan peluang besar untuk kuliner kuansing. Banyak wisatawan yang menghabiskan waktunya menikmati makanan dan minuman khas destinasi tersebut sebagai bagian dari aktivitas berwisatanya (Syamartha & Sidiq, 2015).

Dengan adanya hal ini, akan menarik jika dikenalkan juga tentang makanan tradisional yang ada di Kabupaten Kuansing.

Berbicara tentang potensi wisata dan sektor-sektor pendukung didalamnya, peneliti dalam penelitian ini akan membahas mengenai salah satu unsur yang masuk dalam potensi wisata, yakni wisata kuliner yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi yaitu makanan tradisional berupa konji anak loba. Untuk diketahui bersama Konji anak loba adalah makanan tradisional asal daerah Kuantan Singingi, Riau. Konji ini masuk dalam jenis bubur. Bubur/konji ini memiliki tekstur kenyal dan lembut menyerupai cendol, dengan kuah santan yang kental bercita rasa manis dan gurih.

Persiapan memasak konji sangat sederhana dan cukup sederhana. Terdiri dari bahan dan alat yang sangat mudah didapat. Bahan utamanya adalah tepung beras, gula pasir, garam, air dan santan, ditambah daun pandan atau vanili untuk menambah cita rasa. Bisa dibumbui dengan kapur sirih dan pandan. Konji Anak Loba merupakan sesuatu yang sangat spesial dan bermakna bagi masyarakat Kuantan Singingi, bukan hanya karena rasanya, tetapi juga karena tradisi yang identik dengan Konji Anak Loba ini yaitu tradisi Bakonji. Tradisi Bakonji adalah tradisi memasak bubur konji ini secara bersama-sama membuat rumah dulunya. Dalam kebiasaan ini, para lelaki bekerja membangun rumah, dan para perempuan akan sibuk memasak bubur Konji anak loba.

Ketika para lelaki mengaduk semen, para perempuan juga mulai mengaduk kuah santan untuk bubur Konji anak loba. Sehingga waktu istirahat tiba, Konji anak lobapun akan siap disajikan dan disantap bersama-sama. Di sinilah letak nilai yang sangat berharga dan bernilai tinggi dari Konji anak loba ini. Tradisi Bakonji memberi ungkapan rasa kekeluargaan dan mengangkat makna gotong-royong yang sangat luar biasa. Melalui tradisi ini,

masyarakat mengenyahkan sifat individualisme dan mengedepankan rasa kebersamaan.

Dalam tradisi bakonji ini, baik itu laki-laki dewasa ataupun wanita dewasa, sehingga pemuda dan anak-anak, semuanya berkumpul, saling membantu bekerja, bercanda serta mempererat hubungan silaturahmi, dan menikmati konji bersama. Rasa manis dan gurih dari Konji anak loba dapat benar-benar menggambarkan betapa manis dan menyenangkan suasana tersebut. Nilai inilah yang tidak dimiliki oleh makanan-makanan kekinian. Oleh karena itu sudah seharusnya masyarakat Kuantan Singingi bangga ataupun wisatawan yang diluar Kuantan Singingi lebih menghargai dan mengenal makanan tradisional yang sarat akan makna ini. Saat menyantapnya, Konji anak loba menjamin akan memberikan cita rasa yang begitu kaya dan membuat ingin lagi untuk mencobanya. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap salah satu produk kuliner tradisional Kuantan Singingi dengan Judul **Desain Kemasan Produk Kuliner Tradisional Konji Anak Loba Instan dalam Meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo**.

Penelitian ini bermaksud untuk mempromosikan Kampung Adat Desa Koto Sentajo. Serta hasil dari penelitian ini menjadi produk ekonomi kreatif dan menunjang perekonomian masyarakat Desa Koto Sentajo. Penelitian ini juga diharapkan mampu dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Desa Koto Sentajo dan wisata lainnya yang ada di Kuantan Singingi.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana membuat desain kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan yang menarik untuk mempromosikan dan dalam

meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo ?

- b. Bagaimana membuat isi kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan untuk mempromosikan dan meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu untuk membahas bagaimana membuat desain kemasan dan membuat isi kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Membuat desain kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.
- b. Membuat isi kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan yang menarik dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis hal ini tentunya sangat membantu dalam menambah wawasan dan pengetahuan serta juga dapat kesempatan mempelajari bagaimana mendesain kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan yang menarik dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.
- b. Bagi akademik penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan referensi bacaan

mengenai bagaimana mendesain kemasan produk kuliner tradisional konji anak loba instan yang menarik dalam meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.

2.1 Desain Kemasan

(Kotler & Armstrong, 2002) mendefinisikan “kemasan meliputi perancangan dan pembuatan kemasan atau pengemasan produk”, artinya proses pengemasan mencakup kegiatan perancangan (Desain) dan produksi, fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk dalam hal ini sehingga kualitas produk tetap terjaga.

2.2 Struktur Desain

Terkait dengan sifat fisik paket dan terdiri dari tiga bagian: bentuk, ukuran dan bahan.

1. Bentuk
Bentuk mempengaruhi fungsi pelindung dan keselamatan selama kontak, tumpahan dan penyimpanan (Smith, 1993) (Cahyorini & Rusfian, 2013). Sementara itu, menurut Nilsson & Ostrom (2005), Cahyorini & Rusfian (2013) menemukan bahwa bentuk yang lebih sederhana lebih menarik daripada bentuk biasa dan persegi panjang lebih baik daripada persegi.
2. Ukuran
Ukuran adalah ukuran yang dapat digunakan untuk memperkirakan jumlah benda, waktu atau keadaan menurut aturan tertentu.
3. Bahan
Sejarah penggunaan bahan kemasan sudah sangat lama. Daun, kulit binatang, barang pecah belah dan karung awalnya

digunakan sebagai bahan pengemas. Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Smith, 1993), tetapi Shimp (2000) berpendapat bahwa bahan kemasan dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu, biasanya tanpa disadari oleh individu.

2.3 Informasi Produk

Salah satu fungsi kemasan adalah mengkomunikasikan informasi tentang produk melalui informasi yang tercantum. Informasi produk dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih tepat (Silayoi & Speece, 2005). Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa kemasan memegang peranan penting dalam produk. Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga secara tidak langsung menggambarkan identitas produk itu sendiri. Dalam membuat kemasan yang baik dan menarik, dimensi kemasan juga berperan, karena semakin menarik kemasan maka akan semakin menarik perhatian konsumen. Keunggulan utama kemasan adalah menyampaikan atau mengungkapkan informasi produk kepada konsumen. Informasi ini mencakup penggunaan produk, komposisi produk, dan informasi khusus seperti neto, perizinan, jangka waktu pemakaian, nilai gizi, dan produsen.

2.4 Kuliner Tradisional

Makanan tradisional adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu. Memiliki cita rasa khas yang diterima masyarakat. Budaya memegang peranan yang sangat penting dalam penyiapan makanan tradisional, berupa keterampilan, kreativitas, sentuhan seni, tradisi dan citarasa yang diinfuskan ke dalam makanan tersebut. Semakin tinggi

budaya suatu komunitas atau sekelompok orang, semakin luas ragam bentuk makanan dan semakin kompleks cara penyajiannya.

Menurut Soekardo (1990), daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk dan tekstur memegang peranan penting dalam mengevaluasi makanan siap saji. Menurut Murdijat (2017), makanan tradisional ini dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. Makanan tradisional hampir punah. Makanan tradisional yang hampir punah itu langka dan sulit ditemukan, mungkin karena ketersediaan bahan baku yang sulit, atau orang yang membuatnya sudah mulai berhenti membuatnya, atau terdesak oleh makanan lain.
- c. Makanan Tradisional yang Kurang Populer Kelompok makanan tradisional yang kurang populer adalah makanan tradisional yang masih mudah ditemukan namun semakin tidak dikenal dan cenderung sedikit penggemarnya yang dianggap inferior di masyarakat.
- d. Makanan tradisional yang populer (masih ada). Kelompok makanan tradisional yang populer termasuk makanan tradisional yang masih dinikmati oleh masyarakat dan terbukti penjualan, perdagangan dan pembelian konsumen yang meluas bahkan ada yang menjadi ikon daerah seperti Gudeg, Emping Melinjo, Gatot, Thiwul, Tempe Benguk dan Kipo. , dan Sate Klathak. Saat ini orang-orang di negara maju dan berkembang mengalami dampak dari perubahan kebiasaan makan. Peran makanan tradisional sebagai bahan penyusun pola makan sehat sangat dibutuhkan. Pendokumentasian masyarakat tradisional diharapkan dapat

memberikan informasi kepada generasi muda yang memahami dan memahami pentingnya menggunakan produk-produk dalam negeri sendiri untuk meningkatkan kesehatan dan kehidupan mereka.

2.5 Branding

Branding merupakan ciri yang sangat penting dari suatu produk dalam pariwisata karena selain pengakuan, merek memiliki banyak keuntungan bagi konsumen, produsen, dan pengecer. Merek merupakan unsur kebijakan produk yang dapat mempengaruhi kelancaran penjualan dan promosi, sehingga perhatian harus diberikan pada merek.

Branding dalam pariwisata memuat sebuah symbol, jargon, nama, logo, desain, slogan, tagline, atau percampuran dari beberapa atau semua yang merepresentasikan produk wisata yang dapat mempengaruhi calon wisatawan (Muhammad Nur Syuhada', Hadi Suyono, Sumaryanto, 2020).

Menurut Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih (2020) Branding memiliki unsur sebagai berikut :

1. Nama Merek

Nama adalah hal pertama yang kami evaluasi dalam branding. Tanpa nama merek, produk tidak memiliki identitas dan karenanya lebih mudah diidentifikasi.

2. Logo (Tipe Logo, Monogram, Bendera)

Saat membuat logo, perhatikan keunikan dan image yang sesuai dengan brand yang Anda buat. Logo yang unik meninggalkan kesan yang tak terlupakan bagi konsumen.

3. Tampilan Visual

Aspek visual ini dapat diaplikasikan atau ditempatkan pada desain produk, desain kemasan, desain seragam, dll. Menggunakan tampilan visual dengan warna yang cerah

dan elegan memberikan citra produk yang menarik.

4. Juru Bicara

Pembicara yang dimaksud dalam hal ini bisa pendiri perusahaan, maskot, tokoh perusahaan atau orang terkenal yang diajak bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produk.

5. Suara

Kehadiran sebuah lagu (theme song, sound/sound icon) dapat melengkapi branding image sehingga lebih indah dan berkesan.

6. Kata-kata

Slogan yang cerdas selalu menimbulkan kesan mendalam (slogan, catchphrase, jingle, akronim). Jadi saat membangun brand, gunakanlah kata-kata yang mengandung unsur senang dan positif yang mudah diingat dan berbeda dengan brand lain.

2.6 Kampung Adat

UU Desa No. 32 Tahun 2004 (dalam Chelsy Yesicha, Andri Sulistyani, 2018) Tentang Pemerintahan Daerah. Yaitu kesatuan masyarakat hukum dengan batas wilayah yang mempunyai kekuasaan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati oleh Pemerintah Republik Indonesia. Menurut R. Bintarto, desa adalah kesatuan geografis yang dihasilkan dari unsur-unsur fisiografis, sosial, ekonomi, politik, dan budaya setempat dalam hubungan dan pengaruh timbal balik terhadap wilayah lain.

Lebih lanjut Abdurakman menjelaskan bahwa potensi desa adalah daya, kekuatan, kemampuan dan kapasitas desa yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Secara umum dapat dibedakan menjadi: Pertama, terdapat potensi fisik berupa lahan, air,

iklim, lingkungan geografis, peternakan dan sumber daya manusia. Kedua, potensi non fisik berupa masyarakat, pola dan interaksinya, pranata sosial, lembaga pendidikan dan organisasi sosial desa, serta perangkat desa dan pamong.

Keputusan Desa dan Badan No. 73 Tahun 2005 tentang Badan Desa. Peraturan ini menetapkan bahwa (desa) atau yang ditunjukkan dengan nama lain, selanjutnya disebut "desa", adalah kesatuan kota yang sah dengan batas wilayah, yang mempunyai kekuasaan untuk mengatur kepentingan masyarakat setempat berdasarkan kriteria yang diakui dan dikelola dan mengakui asal-usul dan adat istiadat setempat yang dihormati dalam sistem pemerintahan negara Republik Indonesia (PP No. 72 Tahun 2005). Berdasarkan peraturan ini, setiap daerah dapat mengubah penyebutan istilah desa yang berbeda sesuai dengan budaya setempat (Chelsy Yesicha, Andri Sulistyani, 2018).

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sukmadinata (2010) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Tujuan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode ini adalah untuk memberikan gambaran tentang subjek (Creswell, 2010).

3.2 Subjek Penelitian

Moleong (2010:132) mendeskripsikan Subjek Penelitian sebagai Informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitiannya adalah masyarakat adat

sebagai pelaku yang mempertahankan kearifan lokal di Desa Koto Sentajo. Informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah perwakilan masyarakat adat dan ibu-ibu yang mengetahui resep pembuatan Konji Anak Loba secara turun-temurun yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai tradisi Mangonji yang dilakukan. Key Informan yang telah diuraikan menurut pekerjaan dan asal daerah yaitu:

1. Madiyusman Koto Sentajo Plt. Sekretaris Desa, Kaur Umum dan Pemangku Adat
2. Fitri Yeni Koto Sentajo Ibu Ketua PKK Desa Koto Sentajo
3. Senti Murni Koto Sentajo Masyarakat dan Anggota PKK Desa Koto Sentajo

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023- Maret 2023. Penelitian ini dilakukan di Kampung Adat Koto Sentajo, Kecamatan Sentajo Raya, Kabupaten Kuantan Singingi. Hal ini dikarenakan keaslian serta keunikan yang terdapat di Kampung Adat masih terjaga dari desa-desa adat disekitarnya.

3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Menurut Moleong(2005) mengatakan, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan tambahan. Objek telaah dalam penelitian ini adalah Branding Kampung Adat Koto Sentajo sebagaimana yang akan didapatkan dari sumber informasi tentang Desain Kemasan Produk Kuliner Tradisional Konji anak loba Instan Untuk Meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengamatan dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang upaya pemulihan masyarakat yang nantinya dapat menjelaskan sifat masalah yang sedang dipelajari. Denzin & Lincoln (2009:524) menyatakan bahwa observasi kualitatif berfungsi untuk memahami latar, yang memiliki fungsi berbeda antara interpretasi objektif, interaktif, dan interpretasi beralasan. Pengamatan dilakukan terhadap makanan tradisional untuk mengetahui sejauh mana kelemahan dan kekuatan untuk meningkatkan branding desa adat Koto Sentajo.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua pihak, yaitu pewawancara (interviewee) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang menjawab pertanyaan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan survey pendahuluan atau menelaah intisari penelitian, yang berguna untuk menemukan subjek yang akan diteliti, dan ketika peneliti juga ingin mengetahui lebih dalam tentang responden didalamnya. Kedalaman dan jumlah responden rendah atau rendah (Sugiyono, 2010:194).

c. Dokumentasi

Pada metode dokumentasi yakni dimaksudkan cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada (Hardani,2020). Moleong (dalam Hardani,2020) mengemukakan bahwa dokumen itu dapat dibagi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi yaitu catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaan. Sedangkan untuk dokumen resmi berisi catatan-catatan yang sifatnya formal, contohnya pengumuman, berita dan lain-lain.

d. Uji coba

Uji coba pada produk sebelum memulai penelitian, yaitu melakukan uji coba pada alat serta bahan dan untuk mengetahui bagaimana cara pembuatan produk konji anak loba. Setelah mendapatkan resep pembuatan konji anak loba, maka dilakukan pra-uji coba untuk mengetahui kadar tepung beras, santan kelapa, gula pasir, pandan, air dan garam yang berhasil digunakan dalam pembuatan konji anak loba ini (Konji anak loba, 2021 :28).

3.6 Teknik Analisis Data Penelitian

Data mentah (soft data) adalah informasi yang dikumpulkan di lapangan berupa gambaran lengkap tentang kegiatan subjek penelitian, yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Menurut S. Nasution (dalam Sugiyono, 2008), analisis data kualitatif adalah proses pengumpulan data, yaitu mengklasifikasikannya ke dalam pola, tema atau kategorisasi sehingga dapat diinterpretasikan. Berlawanan dengan pengertian tersebut, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu melibatkan pengolahan data. Kedua, pemilahan data primer, sekunder dan lainnya. Ketiga, pilih data dengan reliabilitas tinggi dan rendah. Keempat, data pendukung dicari informasi yang reliabilitasnya rendah. Kelima, kegiatan terakhir adalah menginterpretasikan data untuk diinterpretasikan dengan bahasa yang baik dan benar, setelah itu diambil keputusan. Semua informasi yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis domain untuk memberikan gambaran tentang topik penelitian.

4.1 Sejarah Kuliner Tradisional Konji Anak Loba

1) Konji Anak Loba disajikan dalam acara Pacu Jalur

Kuliner Konji Anak Loba juga identik dengan tempat wisata Kuantan Singingi yaitu Pacu Jalan. Pacu, jalur ini merupakan

event daerah Singin Kuantan yang dikenal di tingkat nasional. Sejarah Pacu Jalan berawal dari abad ke-17 ketika Jalan menjadi sarana transportasi utama bagi penduduk daerah Kuantan. Lintasan ini terdiri dari batang pohon yang mulus dan menawarkan ruang untuk 45-60 pendayung (pacumen). Sedemikian rupa sehingga pada tahun 1903 lintasan ini digunakan sebagai lintasan balap yang sampai saat itu dikenal sebagai jalur pacu. Sebagai bagian dari acara tersebut, makan anak loba konji akan disajikan lebih awal. Konsistensi kenyal, seperti cendol, dan berbentuk bubur dengan tambahan santan manis. Tentunya konji ini sangat enak untuk dimakan.

2) Konji Anak Loba disajikan untuk Gotong Royong

Menurut Indra, tradisi mangonji (membuat konji) adalah memasak bubur bersama. Tentang kerjasama, seperti gotong royong, menerima tamu, membangun rumah, dll. Lobak konji adalah makanan yang selalu bisa disajikan dan dinikmati. (Widodo, 2021).

3) Konji Anak Loba disajikan untuk acara Batobo

Batobo adalah kegiatan pertanian yang meluas ke persawahan. Batobo sangat diminati di kalangan anak laki-laki yogadiah (laki-laki dan perempuan) karena banyak hal yang terjadi di Batobo. Selain itu, bujangan dan Gadiah menggunakan kegiatan ini untuk mencari pasangan. Karena mereka biasanya dilatih, berkumpul dan bersosialisasi adalah hal yang tabu di hari kerja, sehingga mereka mengambil kesempatan pada Hari Batobo. Batobo dikendalikan oleh seseorang yang bertindak sebagai pemimpin tobo.

4.2 Desain Kemasan

a. Nama Merek Kemasan

Rancangan nama merek produk ini akan dibuat dengan memasukkan

unsur-unsur Kampung Adat Desa Koto Sentajo yakni “Konji Anak Loba Etek Khas Kampung Adat Koto Sentajo”. Untuk pemberian nama kata “ETEK” peneliti maksudkan sebagai gambaran emak-emak Desa Koto Sentajo yang biasa membuat konji.

b. Warna kemasan

Warna dominan yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah hijau, kuning, dan putih. Warna hijau dan kuning sudah dikenal dan menjadi identitas pada logo Kabupaten Kuantan Singingi sebelumnya serta dikenal oleh masyarakat.

c. Ragam Huruf

Jenis font/ragam huruf yang akan diletakkan untuk membuat desain kemasan ini adalah Quicksand, Lilita One, Londriana Solid Black, yang mana desain ini ingin menampilkan kesan *friendly* namun tidak melupakan kesan spesialis yang berarti ahli, sehingga masih terpercaya. Font Quicksand akan digunakan untuk penulisan nama merek, namun untuk sub *brand*-nya serta elemen teks pendukung menggunakan font Londriana Solid Black dan Lilita One.

d. Gambar

Penggunaan gambar kemasan harus disesuaikan dengan produk, karena pemilihan gambar yang tepat dapat membantu pemasar menyampaikan dengan jelas pesan yang disampaikan oleh gambar kemasan kepada konsumen. . Maka dari itu penggunaan gambar pada desain kemasan ini sendiri adalah ditampilkannya gambar Konji Anak Loba yang akan mempresentasikan hasil dari bahan yang dikemas didalamnya.

e. Bentuk Kemasan

Bentuk kemasan sangat berpengaruh terhadap psikologis calon konsumen, dengan bentuk kemasan yang menarik dan terkesan besar akan membuat konsumen lebih tertarik membeli. Karena konji anak loba akan dibuat bahannya secara instan, maka peneliti tertarik untuk menggunakan bentuk kemasan Standing Pouch.

f. Material Kemasan

(Danger, 1987). Dia mencatat bahwa logam menyampaikan rasa kekuatan, daya tahan, dan kesejukan; Plastik artinya ringan, bersih dan bisa murah. Bahan yang lembut, seperti beludru, diasosiasikan dengan feminitas. Tin foil (aluminium foil) dan metallized foil memiliki citra berkualitas tinggi, sedangkan kayu menimbulkan kesan maskulin dan tentunya aman untuk kemasan makanan.

4.3 Informasi Produk

a. Perizinan

Adapun perizinan untuk produk “Konji anak loba Etek” sampai di tahap pemerintahan desa dan masyarakat. Untuk perizinan yang melibatkan pemerintah kabupaten hingga provinsi, nanti akan dilaksanakan jika produk sudah diterima secara luas oleh masyarakat, khususnya Desa Koto Sentajo.

b. Jangka waktu konsumsi

Jangka waktu konsumsi adalah rentang waktu untuk produk barang/jasa dapat dinikmati. Hal ini terbagi 2, yaitu jangka waktu Dengan pertimbangan ini, peneliti menghubungkan jangka waktu konsumsi dengan tanggal kadaluarsa pada produk ini. Nantinya hal ini akan dihitung melalui bahan-bahan

pembuatan konji dan material dari kemasan yang akan digunakan.

c. Produsen

Seperti yang kita ketahui pada Melalui hal ini,kegiatan produksi konji instan ini akan melibatkan masyarakat Desa Koto Sentajo sebagai produsen nantinya. Hal ini tentu bermaksud agar kegiatan ini dapat membantu perekonomian masyarakat. Serta diharapkan mampu meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo.

d. Neto

Neto ialah berat dari suatu barang tanpa kemasannya atau biasa disebut sebagai berat bersih. Melalui uji coba yang sudah peneliti lakukan pada bahan-bahan pembuatan konji,maka dapat diuraikan neto pada masing-masing bahan yaitu :

- a) Tepung beras (55 gram)
- b) Santan bubuk kering (40 gram)
- c) Gula pasir (30 gram)
- d) Vanili (secukupnya,tidak sampai 0,5 gram)
- e) Garam (secukupnya,tidak sampai 0,5 gram)

Jadi total keseluruhan netto pada bahan-bahan adalah 126 gram. Total ini nantinya akan dicantumkan pada desain kemasan produk.

e. Nilai gizi

Menurut BPOM, nilai gizi adalah daftar kandungan zat gizi dan non gizi pangan olahan sebagaimana produk pangan olahan dijual sesuai dengan format yang dibakukan. Namun pada produk kali ini peneliti belum dapat mencantumkan nilai gizi dikarenakan pengurusan yang memerlukan ahli gizi profesional serta waktu yang cukup lama untuk uji coba lab produk ini. Tapi tentunya bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan konji ini adalah bahan-bahan yang mengandung

gizi baik dan aman untuk di konsumsi mengingat konji adalah makanan tradisional yang sudah lama dikonsumsi oleh masyarakat Kuantan Singingi.

f. Komposisi

Komposisi merupakan informasi yang terdiri dari bahan baku yang digunakan dalam pembuatan makanan yang dipasarkan tersebut.

4.4 Tahapan dan Hasil Desain Kemasan

- a. Hasil Desain kemasan tampak depan
- b. Hasil kemasan tampak belakang

Agar mendapatlan gambaran mengenai desain kemasan sesuai dengan yang nyata dan untuk mengetahui apakah nantinya desain kemasan ini benar-benar akan menarik dimata konsumen,maka peneliti tertarik untuk secara langsung menggabungkan antara desain kemasan dengan bentuk kemasan Standing Pouch ini. Kegiatan ini peneliti lakukan dengan bantuan sebuah web yaitu smartmockup.com.

4.5 Uji Coba Isi Kemasan

- a. Mempersiapkan bahan-bahan bahan-bahan yang digunakan adalah tepung beras,santan bubuk kering,gula,garam,vanili dan aroma pandan.
- b. Mengayak konji kedalam kuah
- c. Hasil akhir menjadi konji anak loba

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai prosedur penelitian,maka dapat ditarik kesimpulan yaitu : Konji Anak Loba menjadi salah satu makanan tradisional yang sarat akan makna bagi masyarakat Kuantan Singingi,khususnya juga di Desa Koto Sentajo. Makanan ini memiliki makna yang

luas mengenai kebersamaan,kekeluargaan dan sifat gotong-royong. Walaupun dengan cara pembuatan yang sederhana,namun makanan ini mampu menarik perhatian wisatawan yang datang langsung ke Desa Koto Sentajo. Dalam proses membuat desain kemasan,didapatkan hasil yakni memasukkan unsur-unsur yang berkaitan dengan Desa Koto Sentajo salah satunya 2 logo yang menjadi inspirasi peneliti dalam memberi warna pada kemasan agar menjadi salah satu sarana untuk meningkatkan Branding Kampung Adat Koto Sentajo. Desain kemasan yang didapatkan diakhir akan menjadi menarik lagi apabila produk ini nantinya bisa dipasarkan secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk membahas desain kemasan konji anak loba sebagai souvenir khas Koto Sentajo. Proses pembuatan desain kemasan diawali dengan membuat konsep kemasan,tahap uji coba bahan-bahan hingga tahap pengeditan dan penyusunan desain,visual kemasan hingga gambaran perhitungan sementara untuk harga jual konji anak loba dengan harga jual sehingga dapat terjangkau oleh wisatawan.

5.2 Saran

Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan adalah :

1. Seperti halnya konji anak loba yang memiliki makna kebersamaan,diharapkan kepada masyarakat dan pemerintah desa maupun kabupaten juga memiliki kebersamaan untuk semakin mendukung dan giat untuk mempromosikan Kampung Adat Desa Koto Sentajo,salah satunya dengan cara adanya desain kemasan produk konji anak loba instan ini nantinya.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada pembuatan desain kemasan konji instan dan komposisi bahan yang terkandung di dalamnya,untuk langkah selanjutnya dapat dilanjutkan penelitian lain. Tentunya sangat diharapkan juga kepada masyarakat ataupun

pemerintah setempat dengan cara Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT),serta pengajuan Sertifikasi Halal dan hal penting lainnya yang belum tercantum di desain kemasan apabila produk ini nantinya di pasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, R. W. N. N. W., & Wulandari, R. (2019). *Penguatan identitas melalui branding kemasan dan diversifikasi produk usaha comel*. J. Stud. Kasus Inov. Ekon, 3(1), 5–12.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). *Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat*. Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 4(2), 313–322.
- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). *Pelatihan kerja, soft skill dan hard skill mendorong peningkatan kinerja karyawan*. JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan), 7(2), 9–21. <https://doi.org/10.32503/jmk.v7i2.2345>
- BENNY KESUMA, D. (2015). *ANALISIS JENIS MATERIAL KEMASAN KERIPIK GADUNG PRODUKSI KELOMPOK USAHA TANI REKSO BAWONO PRAMBANAN-SLEMAN. UAJY*.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata; Pemasaran Communication*.
- Christine Suharto Cenadi, (2000), “Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran”, Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, Vol. 2 No. 2, ISSN 0215-0905.
- Hakim, A. R., Mulyaningsih, T., & Lely Ratwianingsih, M. (2020). *DIGITAL*

- BRANDING DAN DESAIN OPTIMALISASI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MAKANAN TRADISIONAL DI KABUPATEN SUKOHARJO. KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 125–130.
- Indrarini, R., Rachmawati, L., Gita, M., Lintang, S., & Fahrudin, A. (2021). *Diversifikasi Kayu Secang dalam Meningkatkan Kualitas Produk Makanan Tradisional. Inspirasi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 115–122.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design: Successful product from concept to shelf*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Nilsson, J., & Öström, T. (2005). *Packaging as a brand communication vehicle*.
- Prameswari, N. S. (2018). *Strategi branding melalui inovasi desain kemasan bagi home industry sabun cair. Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(02), 179–198.
- Setiawan, A. (2013). *Kekuatan Branding Kemasan Produk Dalam Meraih Pasar. Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan merancang strategi merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syamartha, O., & Sidiq, S. S. (2015). *Persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event pacu jalur di kabupaten kuantan singingi. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(2), 1–12.
- Yesicha, Chelsy, and Andri Sulistyani. "Pengembangan potensi desa wisata adat Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau." (2018).