

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut WHO (World Health Organization) Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia setiap saat dan dimanapun serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar makanan yang dikonsumsi dapat bermanfaat bagi tubuh. Menurut Hardiani (2002) Umumnya makan adalah kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Selain untuk memberi energi, apa yang kita makan menentukan bentuk pertumbuhan kita dalam hidup. Dengan pola makan yang sehat, kondisi fisik tubuh akan lebih terjamin sehingga tubuh akan dapat melakukan aktifitasnya dengan baik pula.

Menurut Soekirman (2000), seiring dengan kemajuan pendidikan, teknologi komunikasi, dan kemajuan ekonomi suatu bangsa, makin banyak orang menyadari akan pentingnya makanan sehari-hari untuk memelihara kesehatan. Menurut Maut (2011) Mie instan adalah salah satu contoh hasil kemajuan teknologi pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia, mie instan merupakan salah satu makanan terfavorit warga Indonesia. Bisa dipastikan hampir setiap orang telah mencicipi mie instan atau mempunyai persediaan mie instan dirumah, bahkan tidak jarang orang membawa mie instan saat keluar negeri sebagai persediaan makanan lokal jika makanan diluar negeri tidak sesuai selera.

Berdasarkan data *Global Demand for Instant Noodles* konsumsi mie instan terbesar di seluruh dunia pada pembaruan di tanggal 13 Mei 2022, Urutan pertama dipegang oleh Cina mencapai 43,990 miliar bungkus (porsi) turun dari tahun sebelumnya. Adapun konsumsi mie instan Indonesia berada di urutan mencapai 13,270 miliar bungkus dari total konsumsi dunia serta berada di urutan terbesar kedua di dunia. Sementara negara dengan konsumsi mie instan dari negara Vietnam mencapai 8,560 naik dari tahun sebelumnya. Negara India mencapai 7,560 naik dari tahun sebelumnya. Sedangkan negara Jepang mencapai 5,850 naik dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.1 Jumlah Peminat Mie Instan

	Negara	2017	2018	2019	2020	2021
1	Cina	38,960	40,250	41,450	46,360	43,990
2	Indonesia	12,620	12,540	12,520	12,640	13,720
3	Vietnam	5,060	5,200	5,440	7,030	8,560
4	India	5,420	6,060	6,730	6,730	7,560
5	Jepang	5,660	5,780	5,630	5,970	5,850

Sumber : *Global Demand for Instant Noodles, 2022*

Menurut dr. Sienny Agustin (2021) Mengonsumsi mie instan terus menerus sama dengan menumpuk zat-zat kimia berbahaya dalam tubuh dan efeknya bisa merusakkan sel-sel jaringan otak. Akibatnya, akan terjadi penurunan transmisi sinyal dalam otak. Selain itu, kerusakan jaringan sel otak ini. Juga akan memicu penyakit-penyakit lain. Seperti Stroke atau kelumpuhan. Alternatif yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut agar bisa tetap mengonsumsi mie namun tetap aman untuk kesehatan adalah mengubah bahan utama tepung dari sari buah dan sayuran sehingga bisa menghasilkan sebuah mie yang berbahan dasar campuran antara tepung terigu dan sari buah ataupun sayuran.

Alamie merupakan salah satu UMKM yang berada di desa Sembayat, kecamatan Manyar, kabupaten Gresik yang menjual mie terbuat dari bahan-bahan organik dengan komposisi sayur-sayuran seperti bayam, sawi, tomat, wortel, dll. Menurut pemilik Alamie, Mie organik yang dijual terbuat dari bahan alami, tanpa bahan pengawet, tanpa pewarna, sehingga warna yang dihasilkan dari sayuran tersebut terlihat alami dan rendah lemak. UMKM Alamie ini sudah ada sejak pertengahan tahun 2018 namun upaya promosi melalui kemasan produknya masih kurang sehingga sangat disayangkan sekali konsumen kurang tertarik untuk mengonsumsi mie tersebut, padahal mie organik Alamie ini terbuat dari bahan dasar organik dan termasuk makanan yang sehat dan aman untuk dikonsumsi di semua kalangan.



Gambar 1.1 Mie Alamie

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Kemasan adalah salah satu bagian yang penting pada sebuah produk, karena kemasan sendiri pada dasarnya berfungsi sebagai pelindung seperti yang tertulis pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Berbagai macam kemasan dibuat semenarik mungkin, namun ada juga kemasan yang terkadang dibuat seadanya saja. Dalam buku *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf* yang ditulis oleh Klimchuk dan Krasovec (2012), Sebagai sarana penjualan, desain kemasan cukup efektif apabila penjual telah mengidentifikasi kedudukan yang ingin dituju. Dari adanya fungsi kemasan yang telah dipaparkan pada buku tersebut, kemasan sendiri pada akhirnya memiliki tujuan khusus untuk mengomunikasikan kepribadian produk itu sendiri dimana sebuah kemasan memiliki pesan secara visual yang ingin disampaikan dari seorang penjual atau produsen produk kepada konsumen agar mereka tertarik untuk membeli sebuah produk.

Sebagai peran pada bidang ilmu Desain Komunikasi Visual peneliti akan meningkatkan nilai produk yang lebih menarik kepada UMKM Alamie dengan dengan merancang solusi komunikasi visual melalui desain kemasan yang menjadi topik pada penelitian ini. Diharapkan tujuan utamanya yaitu agar dapat

menjangkau calon konsumen baru sehingga dapat menonjol dari pesaing disekitar yang ada dan memperluas pengaruh serta jangkauan produk yang dapat menciptakan layanan yang efektif untuk meningkatkan keuntungan dengan memberikan perubahan tampilan baru untuk produk mie organik Alamie yang menimbulkan kesan bahwa produk yang dijual tersebut merupakan produk makanan organik yang sangat bagus dikonsumsi. Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual yang penulis pelajari selama ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan telah dirumuskan beberapa rumusan sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang desain kemasan produk UMKM Alamie sebagai upaya peningkatan daya tarik konsumen?
2. Bagaimana memberi informasi kepada konsumen terkait manfaat mengkonsumsi makanan organik bagi kesehatan tubuh?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dari perancangan dan penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut.

1. Merancang desain kemasan produk UMKM Alamie sebagai upaya peningkatan daya tarik konsumen
2. Memberi informasi dan edukasi kepada konsumen terkait manfaat mengkonsumsi makanan organik bagi kesehatan tubuh

## **1.4 Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini untuk beberapa pihak adalah sebagai berikut :

### **a. Bagi Penulis**

Perancangan desain kemasan Alamie bermanfaat sebagai rujukan dan pembelajaran mengenai desain kemasan sebagai penambah wawasan dan referensi bagi mahasiswa mengenai teori-teori hingga penerapan desain

kemasan yang didapat dari perkuliahan Desain Komunikasi Visual sebagai bekal untuk dunia kerja dan masyarakat luas.

b. Bagi UMKM Alamie

Sebagai gerakan untuk memperhatikan tren produk dan meningkatkan keuntungan dengan menimbulkan kesan bahwa produk yang dijual tersebut merupakan produk makanan organik yang sangat bagus dikonsumsi di semua kalangan.

c. Bagi Masyarakat

Dengan adanya produk Alamie yang di rancang desain kemasannya akan disajikan lebih menguntungkan dan bernilai lebih di kalangan masyarakat dengan mie ayam yang mengandung banyak vitamin dan nutrisi sehingga cocok dan aman untuk dikonsumsi untuk anak-anak hingga orang dewasa.

d. Bagi Universitas

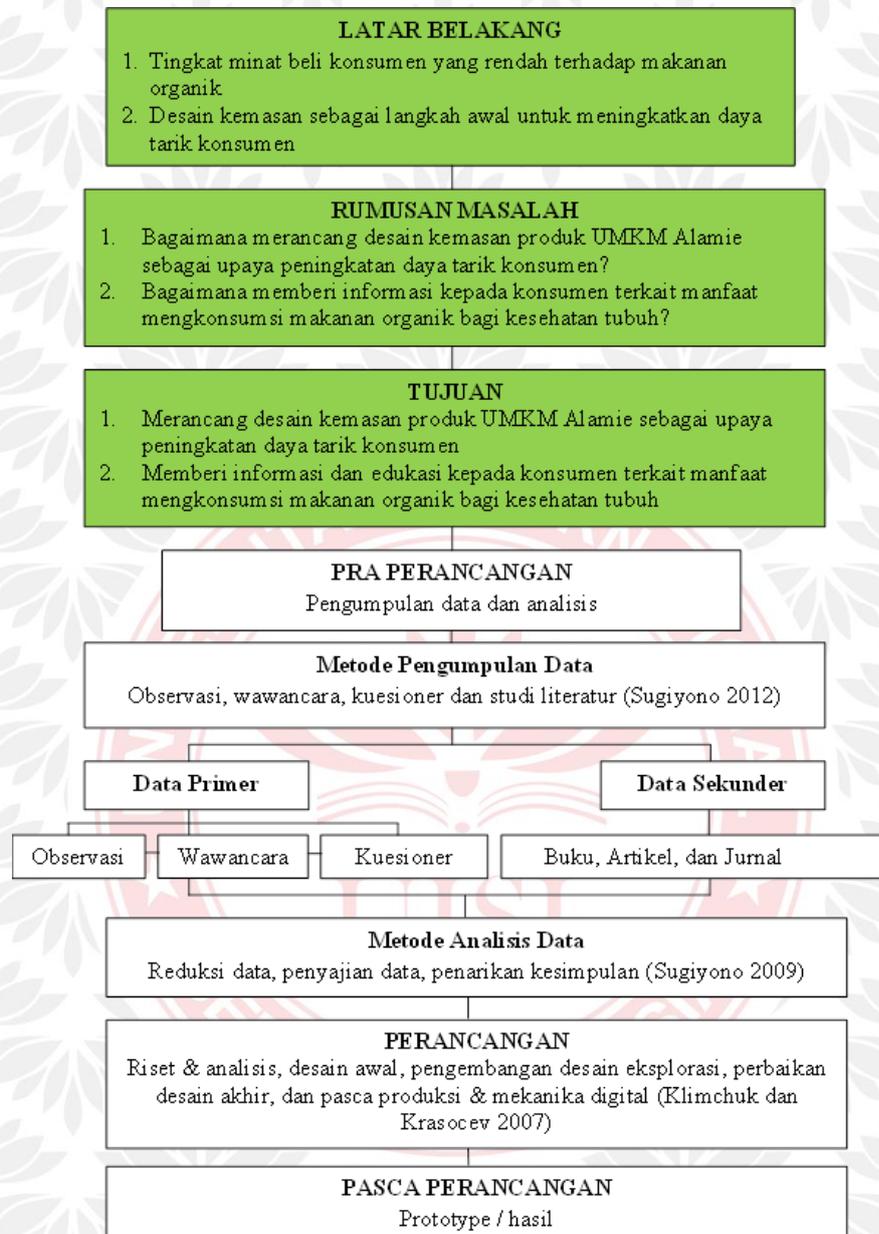
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan edukasi untuk menambah wawasan tentang kepedulian mahasiswa terhadap masyarakat untuk mengkonsumsi makanan organik yang menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual bagi mahasiswa akademisi Universitas Internasional Semen Indonesia.

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan yang digunakan untuk mendukung fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Area penelitian di Desa Sembayat, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.
2. Konsep perancangan desain kemasan akan memuat tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat dan berbahan dasar dari organik.
3. Media pendukung perancangan yang efektif yaitu kemasan luar, feed instagram, *goodie bag*, *tumbler*, stiker, buku menu, dan Xbanner.
4. Perancangan kemasan UMKM Alamie ini dibatasi pada pembuatan media utama dan prototype media pendukung.

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021