

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta memiliki beragam kuliner tradisional yang menjadi bagian dari identitas budaya salah satunya adalah bakpia. Kuliner tradisional merupakan warisan turun-temurun yang mencerminkan kearifan lokal serta menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya masyarakat setempat (Mau et al., 2024). Kuliner tradisional umumnya dibuat dengan bahan-bahan lokal yang mudah didapat dan diolah menggunakan teknik tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Selain berfungsi sebagai makanan sehari-hari, kuliner tradisional juga memiliki peran penting dalam sektor pariwisata, menjadi daya tarik bagi wisatawan, serta simbol kebanggaan daerah (Mau et al., 2024).

Bakpia telah menjadi salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta yang terkenal, menunjukkan adanya sejarah akulturasi budaya antara masyarakat lokal dan etnis Tionghoa. Dalam dialek Hokkien, yang merupakan salah satu dialek dari bahasa Mandarin dan umum digunakan oleh masyarakat Tionghoa di Indonesia, kata “bakpia” memiliki makna tersendiri. Kata “bak” merujuk pada daging, terutama daging babi, karena kuliner Tionghoa memang kerap menggunakan daging babi sebagai bahan utama. Sementara itu, “pia” merujuk pada kudapan berbahan dasar tepung, berbentuk bulat agak pipih, yang biasanya dimasak dengan cara dipanggang atau dikukus (Noviopy et al., 2024). Secara sederhana bakpia dapat diartikan sebagai kue pia yang berisi daging babi. Pada awalnya, bakpia dibuat dengan isian daging babi. Namun, ketika makanan ini mulai diperkenalkan di Yogyakarta, masyarakat setempat yang mayoritas beragama Islam mengganti isian tersebut dengan kacang hijau. Pergantian bahan ini mencerminkan proses adaptasi budaya yang mempertimbangkan nilai dan norma masyarakat setempat tanpa menghilangkan identitas asal kuliner tersebut (Noviopy et al., 2024)

Bakpia mulai diproduksi di Kota Yogyakarta pada tahun 1940 yang di pelopori oleh seorang pendatang keturunan Tionghoa bernama Kwik Sun Kok (Noviopy et al., 2024). Kini bakpia tidak hanya menjadi makanan khas Kota

Yogyakarta tetapi juga oleh-oleh yang sangat diminati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Bakpia terus mengalami inovasi terutama dalam hal varian rasa. Pada bakpia pathok 25 memiliki bermacam rasa seperti kacang hijau, coklat, keju, nanas, susu, kumbu, telo ungu, durian, cappuccino, dan green tea. Inovasi ini bertujuan untuk menjangkau selera konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung menyukai variasi rasa yang lebih beragam.

Seiring dengan perkembangan industri kreatif dan persaingan pasar yang semakin ketat menuntut produsen untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam kualitas produk, tetapi juga dalam aspek visual dan kemasan. Kemasan produk kini tidak lagi hanya berperan sebagai pelindung dan alat distribusi, melainkan juga sebagai sarana penyampaian informasi dan strategi pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Bakpia Pathok 25 sebagai salah satu ikon kuliner tradisional khas Kota Yogyakarta memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bersaing di pasar modern. Namun, di tengah maraknya produk makanan kekinian dengan kemasan yang inovatif, Bakpia Pathok 25 menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansi dan daya tariknya, terutama di mata generasi muda.

Seiring dengan perkembangan industri, desain kemasan juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dan memudahkan distribusi, tetapi juga sebagai media edukasi bagi konsumen. Desain baru ini mengusung konsep layered papercut art yang menggambarkan budaya Yogyakarta, termasuk berbagai tradisi khas yang menjadi identitas kota tersebut. Dengan pendekatan ini, kemasan tidak hanya memberikan perlindungan terhadap produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman mendalam bagi konsumen, terutama generasi muda, dalam mengenal dan memahami budaya Yogyakarta melalui kemasan produk yang menarik secara visual.

Lebih dari sekadar wadah, kemasan ini berfungsi sebagai media pelestarian budaya sekaligus alat untuk memperkenalkan warisan budaya Yogyakarta kepada khalayak yang lebih luas. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen budaya secara estetik dan informatif, kemasan Bakpia Pathok 25 diharapkan dapat

memperkuat identitas produk sekaligus mendukung upaya pelestarian budaya di tengah pesatnya perkembangan zaman dan modernisasi. Dengan demikian, inovasi dalam desain kemasan ini bukan hanya strategi pemasaran, tetapi juga langkah nyata dalam mempertahankan nilai budaya lokal agar tetap relevan di era globalisasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. Meskipun bakpia telah mengalami berbagai inovasi rasa, persaingan dengan produk oleh-oleh modern lainnya tetap tinggi. Perubahan selera konsumen, terutama di kalangan anak muda, menjadi tantangan tersendiri bagi produsen bakpia. Generasi ini tidak hanya mencari cita rasa yang lezat, tetapi juga tertarik pada nilai visual dalam produk, seperti desain kemasan yang menarik, estetika, dan pengalaman visual yang *memorable*.
2. Kemasan sering kali hanya dianggap sebagai pelindung makanan, tanpa mempertimbangkan fungsi lainnya. Padahal kemasan juga dapat berperan sebagai media informasi untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya.

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana desain kemasan yang baru dapat tetap mempertahankan nilai tradisional Bakpia Pathok 25 dan mengikuti perkembangan zaman sekaligus selera konsumen?
2. Bagaimana penerapan konsep *layered papercut art* pada desain kemasan Bakpia Pathok 25 dapat memperkuat identitas budaya Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu:

- a. Merancang ulang kemasan Bakpia Pathok 25 yang tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen melalui elemen desain yang inovatif.
- b. Merancang konsep desain kemasan Bakpia Pathok 25 berbasis *layered papercut art* yang mampu mengomunikasikan nilai budaya Yogyakarta secara informatif.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang desain kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya. penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam studi desain interaktif dan elemen edukasi budaya dalam kemasan produk.
2. Mengembangkan wawasan dalam bidang desain produk dan kemasan, terutama mengenai bagaimana elemen visual, grafis, dan informasi dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.5.2 Bagi Universitas

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti di bidang desain grafis dalam memahami pentingnya kemasan produk sebagai sarana promosi dan identitas produk.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan studi kasus dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual yang terkait dengan literasi desain kemasan.

1.5.3 Bagi Peneliti

1. Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti untuk mengembangkan kemampuan analisis dan perancangan ulang kemasan yang efektif dengan mempertimbangkan target audiens, khususnya generasi muda.

2. Peneliti dapat mengaplikasikan hasil studi ini dalam praktik nyata, terutama dalam bidang industri kreatif dan kuliner, serta mendapatkan wawasan lebih dalam tentang preferensi konsumen dalam desain kemasan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah akses informasi terkait penulisan proposal, laporan tugas akhir ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya Yogyakarta, serta peran akulturasi budaya Tiongkok dalam menciptakan kuliner khas seperti bakpia. Selain itu, dibahas kurangnya perhatian terhadap desain kemasan yang menarik bagi konsumen muda yang lebih mengutamakan visual pada kemasan. Bab ini juga mencakup identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian bagi teori, industri, dan peneliti.

2. BAB 2 TINJAUAN UMUM

Bab kedua mengulas dan merangkum beberapa jurnal penelitian yang membahas desain kemasan kuliner, khususnya yang berfokus pada produk lokal, dengan pendekatan dan output yang berbeda sebagai bahan perbandingan dengan penelitian ini. Bab ini juga mencakup konsep dasar dan teori terkait desain kemasan, termasuk fungsinya sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk mempertahankan budaya yang sudah ada dan memperkuat identitas budaya, khususnya pada kemasan Bakpia Pathok 25.

3. BAB 3 METODOLOGI DESAIN

Bab ketiga membahas metode penelitian yang digunakan untuk merancang desain kemasan Bakpia Pathok 25 sebagai ikon kuliner budaya Yogyakarta. Tahapan diawali dengan pengumpulan data melalui studi literatur, analisis visual, dan observasi untuk memperoleh informasi mendalam yang mendukung perancangan kemasan. Tahap-tahap pengembangan desain kemasan mencakup perumusan konsep desain, pembuatan sketsa awal,

pengembangan elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi, hingga tahap prototipe dan evaluasi. Setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa kemasan tidak hanya berfokus dengan visual tetapi juga efektif dalam merepresentasikan nilai budaya dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

4. BAB 4 STRATEGI KREATIF

Bab keempat berfokus pada strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25, dimulai dengan analisis audiens, khususnya Gen Z, untuk memahami preferensi visual dan nilai estetika yang mereka sukai. Pembuatan konsep desain mencakup gaya visual yang modern namun tetap merepresentasikan budaya lokal, pemilihan warna yang menarik perhatian, tipografi yang jelas dan estetik, serta penggunaan elemen visual seperti ilustrasi dan motif khas Yogyakarta untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas kemasan secara keseluruhan.

5. BAB 5 KESIMPULAN

Bab kelima merangkum keseluruhan isi proposal tugas akhir, mulai dari permasalahan yang diangkat, tujuan perancangan, hingga implementasi desain kemasan. Kesimpulan yang diambil mencakup hasil penelitian mengenai efektivitas desain kemasan dalam meningkatkan daya tarik Bakpia Pathok 25 di kalangan Gen Z serta perannya dalam memperkuat identitas budaya Yogyakarta. Bab ini juga berisi saran dari peneliti terkait pengembangan desain kemasan, termasuk inovasi visual dan fungsionalitas kemasan untuk meningkatkan nilai produk di pasar.

6. Bagian Akhir Penulisan

Bagian akhir dari proposal tugas akhir ini mencakup elemen-elemen yang berkaitan dengan lampiran dan daftar pustaka, memuat referensi yang menjadi dasar dalam menyusun penelitian tugas akhir.