

ILUSTRASI LEGENDA DEWI RENGGANIS SEBAGAI INSPIRASI KEMASAN KOPI DI ROOTS COFFEE HOUSE PROBOLINGGO

Afrizi Rahmat Hidayat¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Universitas Negeri Surabaya

²Universitas Negeri Surabaya

email: ¹afrizi2244@gmail.com

Received:

06-04-2026

Reviewed:

13-04-2026

Accepted:

20-04-2026

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan merancang desain kemasan kopi berbasis ilustrasi legenda Dewi Rengganis pada Roots Coffee House di Probolinggo sebagai upaya meningkatkan nilai produk dan brand awareness melalui pendekatan visual berbasis budaya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis menggunakan metode 5W+1H. Desain kemasan berperan penting sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan identitas dan nilai produk kepada konsumen (Klimchuk & Krasovec, 2006).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi unsur cerita rakyat ke dalam desain kemasan mampu meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat identitas produk. Proses perancangan menghasilkan tiga konsep desain, yaitu *The Start of Journey*, *Journey to The Strength*, dan *Eternal Goddess*. Hasil validasi menunjukkan bahwa ketiga desain memiliki tingkat kelayakan yang baik dengan nilai masing-masing sebesar 75%, 81,8%, dan 84,1%. Hal ini menunjukkan bahwa ilustrasi sebagai elemen visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi persepsi terhadap produk (Kusumawati, 2022).

Kesimpulannya, penerapan ilustrasi berbasis cerita rakyat dalam desain kemasan efektif sebagai strategi visual untuk meningkatkan daya tarik produk sekaligus mengenalkan budaya lokal kepada masyarakat.

Kata Kunci: Desain kemasan, ilustrasi, cerita rakyat, Dewi Rengganis, kopi lokal.

***ABSTRACT** (: This study aims to design an illustration based on the legend of Dewi Rengganis as an inspiration for coffee packaging at Roots Coffee House in Probolinggo, as well as to enhance the brand awareness of local coffee products through a culture-based visual approach. The research employs a descriptive qualitative method with a 5W+1H analysis technique, and data were collected through interviews, observations, and documentation. The data sources include the business owner, consumers, and community leaders from Bermi Village who are knowledgeable about the legend of Dewi Rengganis.*

The results indicate that integrating folklore elements into packaging design adds aesthetic value while strengthening product identity. The design process consists of several stages, including thumbnail sketching, tight tissue development, validation, and final design, resulting in three packaging concepts: The Start of Journey, Journey to The Strength, and Eternal Goddess. Validation results show that all three designs are feasible for production, with scores of 75%, 81.8%, and 84.1%, respectively.

In conclusion, illustration based on local folklore is an effective visual strategy in packaging design to increase product appeal while promoting local culture to the public. The final designs are applied not only to coffee packaging as the main media but also to supporting media such as T-shirts, mugs, greeting cards, and X-banners.

Keywords: Packaging design , ilustration, folklore, Dewi Rengganis, local coffee

PENDAHULUAN

Kopi di Indonesia banyak tersebar luas di berbagai pulau seperti di Jawa, Bali, Sulawesi dan masih banyak lagi. Salah satu penghasil kopi terbesar di Indonesia sendiri yaitu provinsi Jawa Timur. Menurut (Martuali, 2018) Jawa Timur adalah penghasil kopi Robusta terbesar yang berkontribusi sebesar 6,18% dengan rata rata produksi 27,94 ton pertahunnya. Tidak

hanya kopi robusta saja masih banyak kopi kopi dengan varietas lain yang tersebar di Jawa Timur salah satunya yaitu di Probolinggo.

Ada salah satu jenis kopi yang merupakan ciri khas dari Probolinggo sendiri yaitu *yellow carturra*. Kopi ini memiliki jenis arabika yang aroma dan rasanya yang sangat kuat dibanding kopi robusta. *Yellow carturra* merupakan jenis kopi langka yang berada di Probolinggo yang hanya tersisa 700-900 pohon di Indonesia. Jika kita melihat kopi lain yang berwarna merah pekat, berbeda dengan kopi ini, jenis kopi ini memiliki warna kuning pada saat kopi ini matang.

Di sisi lain, perkembangan industri kopi yang pesat menuntut pelaku usaha untuk memiliki identitas visual yang kuat guna bersaing di pasar. Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan nilai, karakter, dan keunikan suatu produk kepada konsumen. Kemasan yang efektif mampu mengintegrasikan elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan narasi untuk menciptakan daya tarik emosional.

Roots Coffee House sebagai salah satu kedai kopi lokal di Probolinggo telah mengembangkan berbagai produk kopi, namun masih menghadapi kendala pada aspek desain kemasan yang cenderung konvensional dan kurang kompetitif. Hal ini menjadi peluang untuk melakukan perancangan ulang kemasan dengan mengangkat unsur budaya lokal sebagai nilai tambah produk. Integrasi legenda Dewi Rengganis ke dalam ilustrasi kemasan diharapkan mampu memperkuat identitas visual sekaligus menjadi media pelestarian budaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan desain kemasan kopi berbasis ilustrasi legenda Dewi Rengganis sebagai strategi visual untuk meningkatkan nilai produk dan brand awareness. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan ilustrasi berbasis cerita rakyat dapat digunakan secara efektif dalam desain kemasan serta kontribusinya dalam mengenalkan budaya lokal kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena serta merancang solusi desain kemasan berbasis budaya lokal. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik Roots Coffee House, konsumen, serta tokoh masyarakat Desa Bermi yang memahami legenda Dewi Rengganis. Observasi dilakukan pada aktivitas kedai kopi dan perilaku konsumen, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung.

Analisis data menggunakan metode 5W+1H (what, who, when, where, why, dan how) untuk memperoleh informasi secara sistematis sebagai dasar perancangan. Proses desain

dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pembuatan thumbnail, pengembangan tight tissue, validasi oleh ahli desain, hingga finalisasi desain. Hasil desain kemudian diuji kelayakannya melalui proses validasi untuk memastikan kesesuaian visual dan konsep sebelum diterapkan pada media kemasan dan pendukung.

KERANGKA TEORETIK

Penelitian ini didasarkan pada beberapa konsep utama yang saling berkaitan, yaitu desain kemasan, ilustrasi, dan pemanfaatan cerita rakyat sebagai strategi visual dalam komunikasi produk.

Desain kemasan merupakan elemen penting dalam pemasaran yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual untuk menyampaikan identitas dan nilai produk kepada konsumen (Klimchuk & Krasovec, 2006). Unsur-unsur desain kemasan seperti warna, tipografi, bentuk, dan ilustrasi memiliki peran dalam menarik perhatian serta mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen. (Kusumasari, 2017)

Ilustrasi dalam desain komunikasi visual berfungsi sebagai media penyampaian pesan yang mampu memperkuat narasi serta menciptakan daya tarik estetis (Kusrianto, 2007). Ilustrasi juga dapat menjadi representasi visual dari suatu cerita atau konsep, sehingga memudahkan audiens dalam memahami makna yang ingin disampaikan (Pujrianto, 2005).

Cerita rakyat sebagai bagian dari budaya lokal memiliki nilai historis dan simbolik yang dapat diangkat sebagai identitas visual produk. Integrasi cerita rakyat ke dalam desain kemasan dapat menjadi strategi diferensiasi sekaligus sarana pelestarian budaya, sehingga produk tidak hanya memiliki nilai fungsional tetapi juga nilai emosional dan kultural.

Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini mengembangkan desain kemasan kopi dengan mengintegrasikan ilustrasi legenda Dewi Rengganis sebagai strategi visual untuk meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas brand, serta mengenalkan budaya lokal kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Roots Coffee House memiliki potensi kuat dalam pengembangan produk berbasis kopi lokal, namun masih memiliki kelemahan pada aspek visual kemasan yang kurang menarik dan belum mencerminkan identitas brand secara optimal. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa target konsumen

didominasi oleh usia 17–35 tahun dengan kecenderungan menyukai visual yang estetis dan memiliki nilai cerita.

Analisis menggunakan metode 5W+1H menghasilkan konsep perancangan yang mengintegrasikan legenda Dewi Rengganis sebagai elemen utama dalam desain kemasan. Strategi visual yang diterapkan mengangkat tema perjalanan Dewi Rengganis dalam tiga tahap, yaitu *The Start of Journey*, *Journey to The Strength*, dan *Eternal Goddess*. Setiap desain menampilkan ilustrasi yang komunikatif dengan penggunaan warna, tipografi, dan komposisi yang disesuaikan dengan karakter target audiens.

Proses perancangan dilakukan melalui tahapan thumbnail, tight tissue, hingga desain final. Hasil validasi oleh ahli desain menunjukkan bahwa ketiga desain memiliki tingkat kelayakan yang baik dengan nilai masing-masing sebesar 75%, 81,8%, dan 84,1%. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi unsur cerita rakyat ke dalam desain kemasan mampu meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat identitas produk.

Dengan demikian, penggunaan ilustrasi berbasis budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan mengenalkan cerita rakyat kepada masyarakat. Selain itu, desain yang dihasilkan dapat diaplikasikan secara luas pada berbagai media pendukung seperti kemasan sekunder, merchandise, dan media promosi.

a. konsep visual

Pada tahap ini, perncanaan konsep Visual dimulai dari menentukan sketsa, font , palet warna dan beberapa penjelasan untuk dalam konsep visualnya :

- 1) **Font** : Font yang digunakan dalam perancangan desain kemasan menggunakan 2 jenis font untuk melengkapi ilustrasi pada desain kemasan, adapun jenis font yang dipilih adalah HollyWings dan caruban yang mana masuk dalam jenis font dekoratif.



Gambar 1. Font *Hollywings* (Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 2. Font *Caruban* (Sumber : Afrizi, 2024)

- 2) **Palet Warna** : Palet Penggunaan warna pada perancangan desain ini didasarkan langsung pada gaya ilustrasi modern dengan warna yang solid dan soft. Adapun warna yang digunakan diantaranya ungu, hijau, orange, kuning, dan merah. Warna ungu memiliki makna royal, misteri, dan keajaiban. Hijau memiliki makna kesuburan, harapan, serta keseriusan. Oranye memberi kesan kebahagiaan kepercayaan dan antusiasme. kuning juga melambangkan perasaan optimis, kreativitas, kegembiraan, serta keceriaan. Dan yang terakhir merah melambangkan keberanian, semangat, dan gairah.



Gambar 3. Palet Warna (Sumber : Afrizi, 2024)

b. Visualisasi

Proses perancangan desain ini dilakukan melalui beberapa tahap diantaranya thumbnail, thigt tissue, dan final desain

1) Thumbnail

Menentukan proses pembuatan sketsa berdasarkan hasil analisis data. Proses ini dilakukan dengan menggunakan sketsa digital di aplikasi procreate dan kemudian diperhalus dengan inking di *procreate* juga.



Gambar 4. Thumbnail The Start of Journey

(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Journey to The strength
(Sumber : Afrizi, 2024)

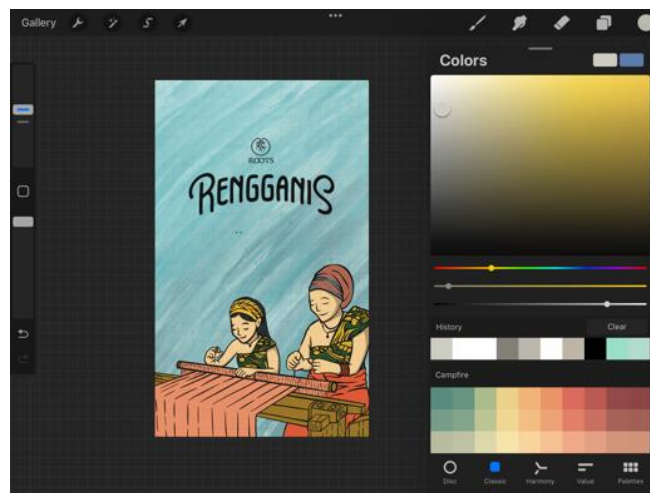


Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess

(Sumber : Afrizi, 2024)

2) **Thight tissue**

Hasil dari proses thumbnail yang dilakukan yaitu dari proses sketsa yang disempurnakan dengan *outline* kemudian pewarnaan dengan menggunakan aplikasi procreate, sedangkan penambahan teks menggunakan aplikasi berbeda yaitu adobe photoshop. Teks yang digunakan dalam hasil ini adalah font *The Glove* sebagai headline dan font *caruban* sebagai sub Headline.

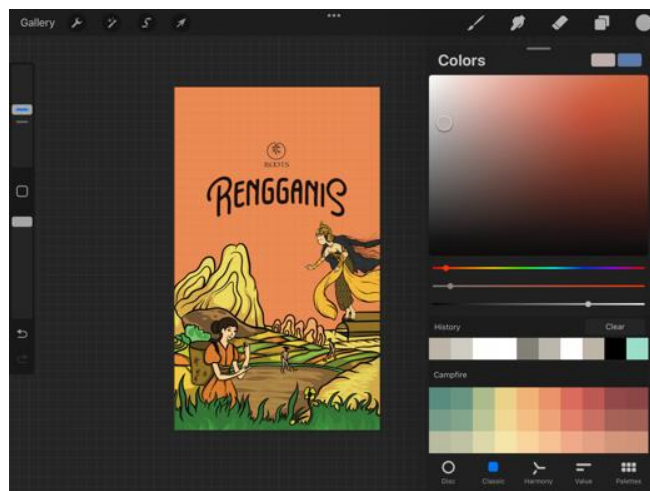


Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess

(Sumber : Afrizi, 2024)



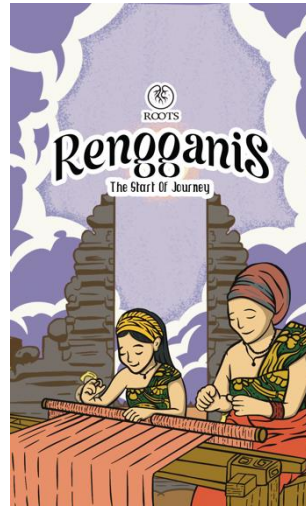
Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)

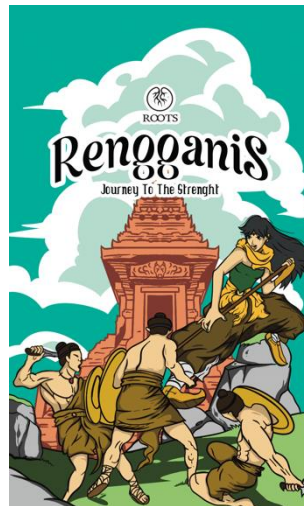
3) Final Desain

Pada desain pertama, *Rengganis: The Start of Journey*, divisualisasikan masa kecil Dewi Rengganis yang meninggalkan kerajaan bersama ayahnya menuju Gunung Argopuro, kemudian diasuh oleh Dewi Mas Komalasari dan belajar menenun. Ilustrasi menampilkan adegan tersebut dengan latar kerajaan jin serta elemen gapura sebagai simbol awal perjalanan hidupnya. Pemilihan warna didominasi ungu dan merah. Warna ungu melambangkan keagungan, spiritualitas, dan kebijaksanaan, sedangkan merah merepresentasikan energi dan kekuatan (Monica & Luzar, 2011). Kombinasi ini bertujuan menciptakan kesan feminin sekaligus menarik perhatian konsumen. Tipografi menggunakan font *The Gloves* untuk judul “Rengganis” yang memberi kesan luwes, serta font *Caruban* pada subjudul untuk menghadirkan nuansa klasik yang selaras dengan tema cerita.



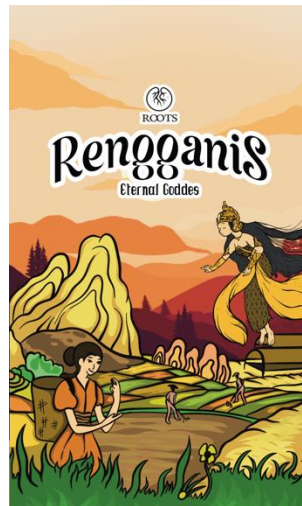
Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)

Pada desain kedua, *Journey to The Strength*, divisualisasikan Dewi Rengganis yang sedang berlatih bersama prajurit di bawah arahan Dewi Mas Komalasari, menunjukkan proses pendewasaan dan kekuatannya. Ilustrasi dilengkapi dengan ornamen candi sebagai representasi situs di kawasan Gunung Argopuro. Warna dominan yang digunakan adalah hijau dan oranye. Hijau melambangkan pertumbuhan, keseimbangan, dan ketenangan, mencerminkan perkembangan karakter Dewi Rengganis Menurut (Monica & Luzar, 2011). Sementara itu, oranye melambangkan kreativitas dan semangat, serta berfungsi menarik perhatian dan menambah kesan dinamis pada desain. Tipografi tetap konsisten dengan desain sebelumnya, menggunakan font *The Gloves* untuk judul dan *Caruban* untuk subjudul guna menjaga kesatuan visual dan nuansa klasik.



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)

Pada desain ketiga, *Eternal Goddess*, divisualisasikan Dewi Rengganis yang telah menjadi sosok dewi dan mengawasi rakyatnya yang sedang bercocok tanam. Ilustrasi menunjukkan sang dewi melayang di udara, melambangkan perannya sebagai pelindung dan pemberi kesejahteraan bagi masyarakat lereng Gunung Argopuro. Warna yang digunakan didominasi oranye dan kuning. Oranye melambangkan kreativitas, semangat, dan kegembiraan, sekaligus memberikan daya tarik visual pada produk (Monica & Luzar, 2011). Sementara itu, kuning melambangkan kebijaksanaan, optimisme, dan cahaya, serta berfungsi sebagai penarik perhatian yang memperkuat kesan positif pada desain. Kombinasi warna ini menciptakan nuansa hangat dan menggambarkan kebahagiaan masyarakat atas kehadiran sang dewi.



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)

c. Penerapan Media

Penerapan pada media utama yaitu kemasan kopi sekunder dan primer adapun juga penerapan pada media pendukungnya juga seperti kaos , x Banner, gelas, dan kartu ucapan .

1) Kemasan primer



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddes
(Sumber : Afrizi, 2024)

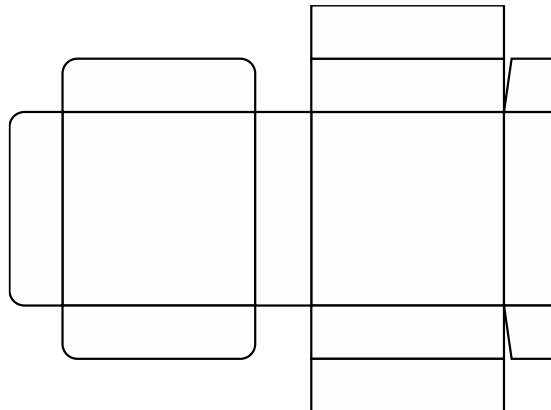


Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddes
(Sumber : Afrizi, 2024)

2) Kemasan Sekunder



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddes
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddes
(Sumber : Afrizi, 2024)

c) Kaos



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)

d) X banner



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddesses
(Sumber : Afrizi, 2024)

e) Gelas



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddesses
(Sumber : Afrizi, 2024)

f) Greeting card



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddess
(Sumber : Afrizi, 2024)



Gambar 5. Thumbnail Eternal Goddes
(Sumber : Afrizi, 2024)

SIMPULAN DAN SARAN

Proses perancangan ilustrasi Dewi Rengganis sebagai inspirasi kemasan kopi di Roots Coffee House diawali dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan metode 5W+1H sebagai dasar penyusunan strategi kreatif. Tahap visualisasi meliputi pembuatan thumbnail, pengembangan desain digital, validasi, hingga finalisasi desain menggunakan perangkat lunak seperti Photoshop dan Illustrator. Hasil perancangan menghasilkan tiga desain kemasan kopi yang mengangkat cerita lokal Dewi Rengganis. Ketiga desain tersebut diterapkan pada media utama berupa kemasan kopi serta media pendukung seperti T-shirt, mug, X-banner, dan greeting card.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan desainer dalam mengembangkan desain berbasis budaya lokal. Disarankan bagi perancang untuk memahami karakteristik target audiens sebelum mendesain. Selain itu, Roots Coffee House diharapkan terus mengembangkan produk kopi lokal serta membuka kolaborasi dengan desainer dan ilustrator guna menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Adiasri Putri Purbantina, H. A. (2022). *Jaringan Produksi Kopi Global: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Rahardjo, P. (2012). *KOPI*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Coffee, S. (2017). *Sasame Coffee*. Diambil kembali dari Beraaneka Ragam Jenis Kopi Dari Berbagai Sudut Pandang: <https://www.sasamecoffee.com/>
- Ikhwanul Yafis, L. H. (2014). *DESAIN*. 2.
- Kamus Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *KBBI Daring*. Diambil kembali dari KBBI Daring Web Site: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/interaktif>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Said, A. A. (2016). *Desain Kemasan*. Makassar: Badan UNM Makassar.
- Dr. Thomas S. Kaihatu, M. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Fattahillah Pratama Aji, M. L. (2022). REDESAIN KEMASAN JENANG KELAPA MUDA ABDOEL CHAKIM KHAS JOMBANG. *Jurnal Barik*.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian (Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Rengganis, A., Haruna, N., Sari, A. C., Sitopu, J., Brata, D., Gurning, K., . . . Subakti, H. (2022). *Penelitian dan Pengembangan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pakpahan, M., Amruddin, A., Sihombing, R. M., Siagian, V., Kuswandi, S., Arifin, R., . . . Aswan, N. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suhardjono, & Haribowo, R. (2022). *Buku Ajar Soft Skill dan Kepemimpinan*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Alam, M. (2003). *Belajar Sendiri Mengolah Database dengan Borland Delphi 7*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Timur, D. K. (2022, November). *Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur*. Diambil kembali dari Dinas Komi