



DP505 – Desain Kemasan
FOOD, BEVERAGE & HOSPITALITY

FOOD, BEVERAGE & HOSPITALITY

PUBLISHED: 14 SEP 2016
BY: Mandy Saven, STYLUS

KEMUDAHAN MEMENUHI KETERLIBATAN Menarik bagi yang dibatasi waktu namun at home antusias masak, merek makanan terus merilis perlengkapan makan yang menginformasikan dan menginspirasi. Di banyak contoh, fokus bergeser dari bahan ke memasak metode - memungkinkan konsumen untuk dengan mudah mengembangkan perasaan dari 'kepemilikan' atas hidangan DIY mereka. Lihat juga DIY Mixology.

BUAH DALAM SEMUA BENTUK Seperti yang dieksplorasi di Strange Fruit, hasil alam memberikan kanvas yang indah untuk berkreasi eksperimen baik dari segi rasa dan format. Di depan ini, buah telah disajikan dalam bentuk yang belum pernah terjadi sebelumnya dan penyamaran yang tidak biasa.

DRESSED UP

PAKAIAN & KONDIMEN KREATIF

Merica bumbu sehari-hari, saus dan olesan, produsen makanan kreatif menggunakan rasa inovatif mashup dan mencari format yang lebih nyaman untuk kemudahan penggunaan. Lihat juga Estetika Kemasan yang Berkembang.

BRANDING BUGS Sementara hype seputar serangga masakan mendingin, merek pintar menarik semua berhenti untuk memikat konsumen yang ragu-ragu dengan kontemporer, artisanal dan gaya hidup pengemasan dan branding solusi.

Generasi milenial tidak lagi melakukan belanja mingguan yang besar. Mereka lebih spontan dan memiliki betterstocked lemari bumbu yang berfungsi dengan peralatan seperti perangkat langganan makanan.

CLAIRE BRUMBY, FOUNDER, SCRUBBYS SAYURAN CRISPS



It's got to be authentic. Just because it's quick, doesn't mean you can compromise on authenticity.
MICHELLE POTTS, FOUNDER, POTT'S







Gourmet Granola: UKbased

food producer Troo Granola previewed three Fresh Granola Toasting Kits in Seedy, Nutty and Fruity options at the show (officially launching in 2017). Each kit contains dry ingredients, a measuring pot and a bag of fruit. Customers simply add their choice of oil (coconut, olive etc.) and sweetener (agave nectar, maple syrup etc.), mix, and bake in the oven.

“You can’t beat the roasty, toasty, spicy taste of fresh granola; that’s why so many people already make their own,” said Helenor Rogers, founder of Troo Granola. “We’re just making it ultraconvenient For consumers, taking all the hassle out of homemade granola, yet allowing them to personalise it to meet their needs.”

Gourmet Cookie Dough: New British gourmet cookiedough

brand Doughlicious marries health and indulgence with its readytobake cookies. They come in a variety of flavours such as Ginger Molasses and Oatmeal Cranberry. For raw food enthusiasts, the cookie dough can be consumed once defrosted.

Buah Dalam Segala Bentuk Dari mulai ber alkohol dan diberi penyedap manis dan anggur biru, vendor mengirimkan lini produk yang menggunakan buah dalam rasa yang baru dan tidak biasa



Aphrodite's Food



Pinkster Gin



Bim's Kitchen

Drunken Berries: British brand Pinkster Gin presented its new ginsoaked raspberries – a tart, natural byproduct of its premium gin. They can be used to pep up sorbets and ice cream, dipped in chocolate for a touch of decadence or added to a gin-based cocktail. For more on how brands are using nature's 'long tail' to create sustainable product lines, see Feeding Tomorrow's Consumers.



Baobab Boost: Capitalising on consumer interest in baobab fruit (covered in Africa's Culinary Influence), modern African food producer Bim's Kitchen showcased its Baobab & Cacao Syrup. Reminiscent of a rich chocolate sauce, the product can be used in baking, mixed into cocktails or dolloped onto ice cream, yogurt and cereals. See also Healthy Indulgence for more on healthboosting products in decadent formats.

Grapes in New Guises: Inspired by the colour wheel, Spanish wine producer Santa Margarita has released a blue chardonnay called Passion Blue. Produced using a natural chemical process that utilises the skins of red grapes, it pairs well with light, summery foods like salads.



Foraged Flavour & Super Seaweed: UKbased

food producer Wild At Heart showcased its new

seaweed mayonnaise, which is produced using foraged red and green seaweed from the west coast of Ireland. Similarly, British brand Me Too Foods brings oceanic flavour to MiddleEastern cuisine with its Seaweedinfused houmous.



Pouring Mustard: British mustard company Fin & Olly’s has launched a pouring mustard that delivers on format and taste, combining the depth of French mustard with the spiciness of English. “It pairs convenience with premium by enabling you to pour, but keeping the glass bottle,” explained brand founder Oliver Preston.

Protected Oil: British food producer Bell & Loxton spotlighted its selection of pressed rapeseed oils, which

come packaged in slender and lightweight aluminium bottles. Varieties include Garlic, Basil and Indian Spice Blend. “It had to be fully recyclable, light for transportation, and it had to house the oil completely in the dark as light breaks down the elements,” explained brand founder Jonathan Bell.





The Dukkah Company



The Dukkah Company



Dipping Dukkah: Egyptian dish dukkah – a mix of seeds, nuts and spices – cropped up multiple times in innovative formats. Me Too Foods offered a houmous spread with a crunchy dukkah topping, while Cornwallbased The Dukkah Company offered handblended smallbatch dips and serving dishes. Its Dipping Sand dip works well with white fish, while Hot Sand is a chilliinfused alternative that adds big flavour to salmon or meat. All dips can also work as a final dusting to top off bread dipped in olive oil.

Flavoured Honey: Danish artisanal honey brand Helt Honey showcased its range of honey products, which are infused with unusual flavours that bring spicy, savoury and peppery tastes to the traditionally sweet condiment. Varietals include Liquorice, Chilli, Mint and Hazelnut and Cocoa.



Helt Honey



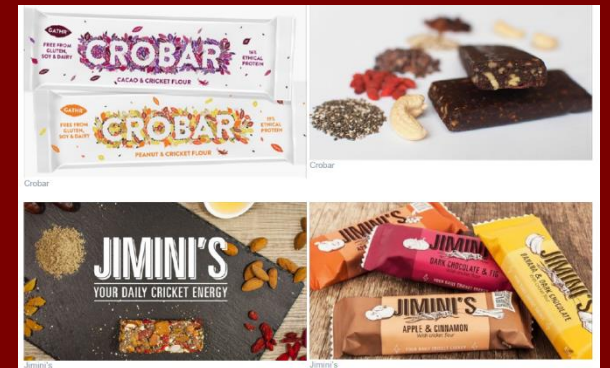
Helt Honey

The subject of eating insects – a rich and sustainable foodstuff that can be used to replace or supplement traditional (and environmentally vulnerable) forms of protein – has been thoroughly explored on Stylus (see Branding Insect Crisps, Feeding Tomorrow’s Consumers and Future Farming). However, in order to market these ‘creepy crawlies’ to the general public, food producers are taking a design and lifestyle-led approach that focuses on contemporary branding and slick styling.

Power Flour: UKbased

Cricketflour brand Crobar spotlighted its newly branded, all-natural protein bars made with cricket flour. Varieties include Peanut & Cricket Flour and Cacao & Cricket Flour. The simple branding solution features a clean white background and delicately etched illustrations of multicoloured leaves – alluding to the natural source of the contents, but not overtly referencing the insect-based component.

Contemporary Crawlies: In SIAL 2014: Future Food Trends, we featured French insect-based food brand Jimini’s, which adopted stylish contemporary branding for its insect-based edibles using magenta, red, yellow and aqua colour cues. The brand has now released its new snackbar range, presented in a warm colour palette and an easy on-the-go format. Ingredients, including crickets, feature as illustrative monochrome sketches.





Crobar



Crobar



Jimini's



Jimini's



Artisanal Insects: UKbased

food producer Mophagy showed off its sustainably produced cricket and mealworm powders along with its whole insect snacks, which are high in protein, micronutrients, omega 3 and fibre. The brand packaging boasts an artisanal edge in the form of a resealable brown paper bag and simple, straightforward branding.

We wanted the brand to be a comfortable transition for customers. Most people won't go straight to the whole insects, but they will try the powders.

JOSH BETHAM, COFOUNDER, MOPHAGY



Mophagy



Mophagy



Mophagy



Mophagy

**NILAI FUNGSIONAL DAN ESTETIK KEMASAN/ WADAH BERBAHAN
BAMBU PADA MAKANAN TRADISIONAL INDONESIA DAN JEPANG**

Elly Setiawan Sutawikara
Universitas Padjadjaran



fungsi bambu yang dikenal luas adalah sebagai kemasan makanan tradisional. Jepang dan Indonesia termasuk dua negara di Asia yang identik dengan pemanfaatan bambu untuk kebutuhan tersebut. Berbagai cara atau teknik mengemas yang menggunakan bambu sebagai bahannya, misalnya teknik anyam, tiir, tusuk, dll. Pemanfaatan bambu dengan menggunakan teknik seperti ini sudah mulai ditinggalkan. Saat ini bambu sebagai bahan kemasan digantikan oleh bahan lain seperti, karton, kantong plastik, dll.









nilai estetik bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Jepang dipengaruhi oleh sentuhan bahan dan visualisasi modern sehingga diharapkan keberadaannya tetap dapat diminati dan tetap dapat bersaing dengan kemasan modern. Demikian pula nilai estetik bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Indonesia dibuat melalui proses kreatif yang menghasilkan bentuk-bentuk yang bernilai dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Beberapa makanan di Jepang yang menggunakan bambu sebagai bahan kemasan tradisional



mizu-yokan, *chimakizushi*, dan *sasa dango* adalah sebutan kemasan bambu dari negara Jepang sedangkan di Indonesia, makanan yang menggunakan bambu atau unsur bambu sebagai bahan kemasan atau wadah makanan, antara lain bacang, gudeg, dan tahu Sumedang.

Perubahan yang terjadi akan berpengaruh pada eksistensi dan kreativitas kemasan tradisional tersebut. Perubahan mulai dari tersingkirnya sejumlah jenis kemasan tradisional digantikan oleh kemasan kertas, plastik, dan busa. Kemasan yang menggunakan bahan-bahan tersebut di atas dianggap lebih praktis secara produksi dan tidak membutuhkan terlalu banyak keterlibatan tangan manusia.

No.	Nama Makanan	Asal Negara	Gambar
1.	<i>mizu-yokan</i>	Jepang	
2.	<i>chimaki zushi</i>	Jepang	
3.	<i>sasa dango</i>	Jepang	
4.	Bacang	Indonesia	
5.	Gudeg	Indonesia	
6.	Tahu Sumedang	Indonesia	



a. *Mizu-yokan* adalah makanan yang umumnya dikonsumsi pada waktu musim panas di Jepang. Bahan dasarnya biasanya terbuat dari kacang merah dan gula. Teksturnya kenyal dan rasanya manis. Makanan ini tergolong ke dalam makanan ringan (*snack*) yang umumnya dimakan sebagai hidangan penutup (*dessert*). *Mizu-yokan* memang tidak selalu dibungkus dengan bambu. Namun ada juga yang menggunakan bambu berbentuk tabung.





- a. *b. Chimaki zushi* adalah makanan yang dikukus dan dibungkus umumnya dengan menggunakan daun bambu. Isi dari *chimaki zushi* adalah nasi dengan tekstur lengket dan berisi macam-macam bahan makanan seperti ayam, daging babi, jamur, wortel, dan lain sebagainya. *Chimaki zushi* hampir bisa disamakan dengan bacang di Indonesia yang di Tiongkok disebut *zongzi*.



- a. c. *Sasa dango* adalah makanan yang terbuat dari tepung ketan (*mochiko*), rasanya manis, biasanya dibungkus dengan daun bambu dan biasa dihidangkan dengan teh hijau. *Sasa dango* yang paling terkenal berasal dari wilayah Niigata.



d. Bacang dibuat dari beras sebagai lapisan luar, dan daging ayam atau sapi, jamur, udang kecil, seledri, serta jahe sebagai isi. Ada juga yang menambahkan kuning telur asin. Untuk perasa biasanya ditambahkan sedikit garam, gula, merica, penyedap makanan, kecap, dan sedikit minyak nabati. Hal yang menjadi ciri khas bacang adalah daun pembungkus dan tali pengikatnya. Daun biasanya dipilih daun bambu yang panjang dan lebar, kemudian bacang berbentuk limas segitiga diikat dengan tali berbahan bambu.



Tanah liat – bambu ayam – batang lidi

- a. e. Gudeg adalah makanan khas dari Yogyakarta yang terbuat dari buah nangka muda yang direbus bersama santan dan gula merah. Biasa disajikan bersama dengan nasi, opor ayam, tahu bacem, tempe bacem, telur pindang, dan sayur *krecek*. Gudeg biasa disajikan di dalam keranjang bambu yang disebut besek.



- a. f. Tahu Sumedang adalah jenis tahu yang umumnya berukuran lebih kecil dibandingkan dengan tahu pada umumnya, diolah dengan cara digoreng menggunakan minyak yang banyak. Hasil gorengannya bertekstur agak kasar namun rasanya gurih. Warnanya kecoklatan dengan isi yang setengah kosong. Biasa dimasukkan ke dalam kemasan berupa anyaman bambu yang disebut bongsang.



bambu tabung bisa diproduksi terlebih dahulu secara massal dan nantinya ukuran makanan bisa disesuaikan dengan ukuran tabung. Namun alasan tersebut tidak bisa disamakan dengan makanan tradisional Jepang lainnya. Untuk *chimakizushi* dan *sasa dango* misalnya, pembuatan memang dimulai dari makanan terlebih dahulu untuk kemudian dibungkus dengan bahan bambu.

Kemasan makanan tradisional berbahan bambu menciptakan aroma dan rasa khas pada makanan itu sendiri.



bacang misalnya, penggunaan daun bambu sebagai bungkus memberikan aroma dan rasa yang khas serta memberikan pengaruh juga terhadap kelengketan tekstur pada nasi atau ketan.

gudeg dan tahu Sumedang, bahan bambu sebenarnya tidak terikat dengan aroma dan rasa pada makanan. Namun besek dan bongsang digunakan lebih pada identitas kultural dari makanan itu sendiri. Gudeg dan tahu Sumedang yang tidak menggunakan besek dan bongsang, tidak akan berpengaruh terhadap rasa, melainkan lebih ke berkurangnya identitas.

1. Nilai fungsional bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Jepang dipengaruhi faktor keunikan, efisiensi, kemudahan untuk mendapatkan bahan dasar, ramah lingkungan, serta identitas kultural.
2. Nilai fungsional bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Indonesia dipengaruhi oleh aroma dan rasa khas yang berpengaruh pada makanan itu sendiri. Selain itu juga, ada identitas kultural yang turut melekat bersama kemasan tradisional tersebut.
3. Nilai estetik bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Jepang dipengaruhi oleh sentuhan bahan dan visualisasi modern sehingga diharapkan keberadaannya tetap dapat diminati dan tetap dapat bersaing dengan kemasan modern.
4. Nilai estetik bahan bambu pada kemasan makanan tradisional Indonesia dibuat sedemikian rupa agar tetap berpegang pada tradisi lama yang tidak dipengaruhi oleh sentuhan bahan dan visualisasi modern.

Sekian
td 01-2021