

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman. Selain suku, agama, hingga bahasa, Indonesia juga memiliki beragam makanan tradisional di setiap daerah dengan ciri khasnya masing – masing sehingga sama pentingnya untuk dilestarikan karena merupakan bagian dari kekayaan Indonesia. Namun, seiring berkembangnya zaman, makanan tradisional mulai mengalami pergeseran oleh makanan kekinian yang lebih menarik perhatian. Sebagaimana dinyatakan oleh Putri (2019) dalam jurnalnya, meskipun makanan tradisional memiliki nilai filosofis dan nutrisi yang lebih baik, kegemaran masyarakat terhadapnya semakin menurun. Pecinta makanan tradisional saat ini sebagian besar orang tua, sementara generasi muda kurang tertarik untuk makan makanan tradisional.

Masyarakat Jawa Barat khususnya suku Sunda memiliki beragam makanan tradisional yang menggugah selera, dan borondong menjadi salah satunya. Menurut Dewi & Muallimah (2019), borondong adalah camilan dengan rasa manis yang terbuat dari ketan. Ada dua jenis borondong yaitu borondong garing yang terbuat dari beras ketan dan gula merah yang dicetak menjadi bola dan dipanggang sampai kering, dan borondong enten yang terbuat dari campuran beras ketan dan gula merah dan dilapisi dengan beras ketan yang memiliki tekstur seperti *popcorn*. Sekitar tahun 1940-an, leluhur pengrajin sekarang seperti Ma Enit, Ma Ecoh, dan Ma Iyoh memulai kegiatan industri borondong dengan tujuan hanya untuk mengisi waktu luang dan sebagai camilan sehari-hari, bukan untuk diperjual belikan. Industri borondong baru dikomersilkan oleh Ma Erah, pewarisnya, pada tahun 1960an. (Jantisiana & Ermanto, 2019). Hingga saat ini, cukup banyak UMKM borondong di Kecamatan Ibum yang masih beroperasi sebagai industri rumahan, yang secara turun temurun menjadi penghasilan utama mereka. Para produsen saling berkompetisi untuk menarik perhatian konsumen, namun sebagian besar

UMKM kurang menyadari akan pentingnya identitas visual pada kemasan, sebagaimana pernyataan Rustan (dalam Bimantara, 2023) bahwa untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan membuat merek lebih mudah dikenal oleh pelanggan, identitas visual bertujuan untuk mengkomunikasikan citra merek melalui visualisasi simbol yang memiliki karakteristik unik. Selain itu, pemilihan kemasan yang tepat untuk borondong yang memiliki tekstur garing yang khas, karena dalam hasil penelitian Juliana, dkk. (2021), dijelaskan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kemasan.

Salah satu dari banyaknya UMKM yang menjual makanan tradisional di tengah maraknya makanan kekinian adalah Andepro 202. Andepro 202 merupakan produsen borondong sejak tahun 1960-an, yang hingga saat ini masih terus memproduksi cemilan tersebut. Hingga saat ini, penggunaan tiga macam gula dan sikap duduk 'andepro' masih dipertahankan dalam proses pembuatan borondong Andepro 202.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi, Andepro 202 termasuk salah satu UMKM yang kurang menyadari pentingnya identitas visual pada kemasan terutama untuk makanan tradisional yang mulai mengalami penurunan minat oleh generasi muda. Selain itu pemilihan kemasan yang kurang tepat dapat memengaruhi kualitas dari produk yang mana borondong Andepro 202 dikemas menggunakan plastik yang di-*sealing*, sehingga kurang ergonomis karena tidak dapat ditutup kembali apabila tidak habis dalam sekali konsumsi. Perancangan kemasan hingga pemilihan kemasan yang tepat diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai penjualan Andepro 202, serta keberadaan camilan borondong sebagai makanan tradisional dapat lebih dikenal dan dapat menarik minat masyarakat luas.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan, terdapat beberapa identifikasi masalah yang diantaranya sebagai berikut:

1. Kurangnya minat generasi muda untuk membeli makanan tradisional.
2. Kurang menonjolnya identitas visual dalam kemasan borondong Andeprook 202, sehingga terlihat kurang menarik.
3. Kurang tepatnya pemilihan kemasan yang digunakan. Borondong yang memiliki tekstur garing yang khas, sehingga diperlukan pembaruan untuk tetap menjaga kualitas dari produk Andeprook 202.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang kemasan yang memiliki identitas visual yang khas, serta dapat menjaga kualitas produk borondong Andeprook 202?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian adalah merancang kemasan yang memiliki identitas visual yang khas, serta dapat menjaga kualitas produk borondong Andeprook 202.

1.5 Ruang Lingkup Permasalahan

Dalam perancangan tugas akhir ini terdapat batasan masalah agar tidak keluar dari pembahasan yang penulis maksudkan. Berikut ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini:

1. Apa

Perancangan kemasan untuk produk borondong Andeprook 202.

2. Siapa

Perancangan kemasan ini ditujukan kepada dewasa muda usia 20-25 tahun, kalangan menengah ke atas dengan bidang pekerjaan yaitu mahasiswa dan karyawan.

3. Dimana

Proses pengumpulan data perancangan ini dilakukan di Soreang dan Desa Laksana, Kecamatan Ibum, Kab. Bandung.

4. Kapan

Proses pengumpulan data dilaksanakan sejak September - Oktober 2023 dan Februari - Mei 2024.

5. Mengapa

Perancangan ini untuk membantu membentuk identitas visual yang khas dan penggunaan kemasan yang tepat dapat menjaga kualitas dan daya saing produk dibandingkan dengan kompetitornya, sehingga dapat bersaing dengan makanan kekinian dan dapat meningkatkan penjualan produk.

6. Bagaimana

Perancangan kemasan difokuskan kepada desain kemasan dengan merancang identitas visual yang sesuai dengan produk, memuat informasi yang wajib tertera pada kemasan, mengganti kemasan yang lebih ergonomis yaitu menggunakan *standing pouch* dengan *ziplock* agar produk dapat lebih bertahan lama dan dapat ditutup kembali setelah kemasan dibuka, serta dapat memudahkan dalam proses pendistribusian.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dimanfaatkan untuk mengkaji keadaan dari subjek penelitian secara alami, dengan peneliti sebagai instrumen utamanya. Teknik untuk mengumpulkan data dilakukan dengan cara membandingkan data – data yang telah diperoleh dengan cara yang berbeda-beda. Berdasarkan pada metode triangulasi, analisis data bersifat induktif dan temuan penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada penyamarataan. (Zuchri Abdussamad, 2021)

1.6.1 Pengumpulan Data

Data – data yang relevan diperoleh dari berbagai sumber, ada data langsung yang didapatkan dari subjek utama yang diteliti sebagai sumber data primer dan juga data yang didapatkan dari media pendukung lainnya sebagai sumber data sekunder.

a. Observasi

Menurut Morris (dalam Syamsudin, 2014), observasi adalah kegiatan mencatat gejala atau peristiwa dengan bantuan alat atau intruksi untuk tujuan ilmiah atau lainnya. Didapatkan data selama proses observasi, seperti lokasi produksi Andepro 202, proses pembuatan, proses pengemasan, hingga kondisi di sekitar lokasi produksi. Selain itu didapatkan data lokasi kantor Klinik Kemasan, alat yang digunakan dalam membuat kemasan, hingga produk UMKM seperti apa yang pernah memakai fasilitas Klinik Kemasan.

b. Wawancara

Menurut Nazir (dalam Edi, 2016) mendefinisikan wawancara sebagai proses mendapatkan informasi tentang tujuan penelitian melalui tanya jawab secara langsung antara pewawancara atau penanya dan orang yang menjawab atau responden dengan memakai alat yang disebut dengan panduan wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung bersama pemilik Andepro 202 yaitu Ae Rukmaeni, lalu didapat data seperti sejarah usaha, cara pembuatan borondong, dan sebagainya.

c. Kepustakaan

Khatibah (dalam Sari, 2020) mengatakan bahwa penelitian kepustakaan adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan tujuan menemukan solusi untuk masalah yang dibahas melalui penelitian kepustakaan. Kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data yang terdapat dalam buku, jurnal, maupun artikel yang berkaitan melalui internet.

d. Kuesioner

Menurut Wijaya (dalam Cahyo, dkk., 2019), kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data atau informasi melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang dapat ditunjukkan kepada seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi dengan tujuan mendapatkan tanggapan atau jawaban yang dapat dianalisis oleh pihak yang bertanggung jawab untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Selain itu, kuesioner memungkinkan pihak yang bertanggung jawab untuk mengevaluasi hasil yang diberikan oleh responden dan menentukan apa yang dapat ditemukan dalam proses pengisian kuesioner, selain itu untuk menentukan seberapa luas atau terbatasnya perasaan yang diungkapkan dalam kuesioner.

1.6.2 Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam suatu penelitian karena melalui analisis dari data – data yang telah dikumpulkan akan sangat berguna untuk menghasilkan suatu hasil penelitian yang dapat memecahkan rumusan masalah yang dijabarkan dalam penelitian penulis.

1. Analisis Visual

Analisis visual melibatkan menguraikan dan menginterpretasikan gambar. Hasil analisis konten menghasilkan pola gejala visual penting, dan analisis visual adalah langkah berikutnya. Untuk menganalisis karya visual, diperlukan proses pengamatan yang berbeda dari proses melihat biasa; ini memerlukan elemen kesengajaan untuk melihat dan pertimbangan yang teliti karena untuk mengenal karya visual seperti mengenal seseorang. (Soewardikoen, 2019:88)

2. Analisis Matriks Perbandingan

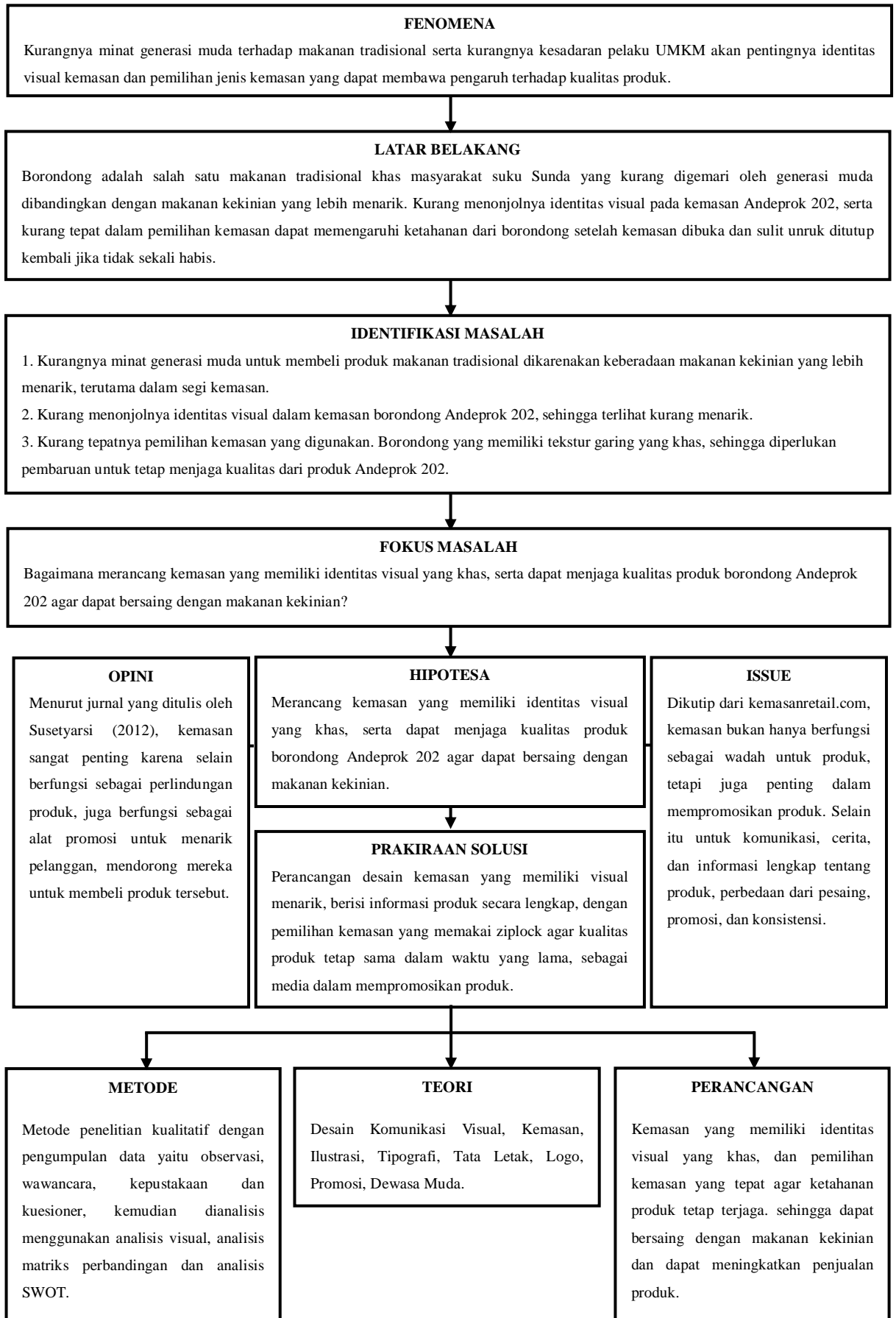
Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing menunjukkan dua dimensi, yang dapat berupa konsep atau kumpulan data. Pada dasarnya, analisis matriks

adalah perbandingan dengan menjajarkan. Apabila objek visual dijejerkan dan dievaluasi menggunakan tolak ukur yang sama, perbedaan akan terlihat, yang memungkinkan munculnya gradasi. (Soewardikoen, 2019:104)

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT menggabungkan faktor internal (kekuatan, dan kelemahan) dan faktor eksternal (kesempatan, dan ancaman), biasanya digunakan untuk menilai suatu perusahaan. Ini dilakukan dengan membuat matriks vertikal dan horizontal dari faktor internal dan faktor eksternal, kemudian menggunakan satu kotak hasil untuk menentukan strategi perancangan. (Soewardikoen, 2019:108)

1.7 Kerangka Penelitian



1.8 Pembabakan

Untuk mempermudah pencarian informasi, penulisan dan pembacaan dari tugas akhir penulis maka penyajian laporan dibagi ke dalam beberapa bab dengan sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

a) Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, persetujuan skripsi, pengesahan skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan daftar istilah.

b) Bagian Isi

Bab I Pendahuluan:

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan penelitian, metode penelitian, pengumpulan data, analisis data, kerangka penelitian, dan pembabakan.

Bab II Landasan Teori:

Bab ini berisi tentang teori – teori yang memuat landasan pengetahuan dalam penyusunan tugas akhir ini, diantaranya teori Desain Komunikasi Visual, ilustrasi, tipografi, tata letak, kemasan, logo, hingga promosi.

Bab III Data dan Analisis Masalah:

Bab ini berisi tentang data objek penelitian, mulai dari profil Andeprok 202, data produk, data khalayak sasaran, data hasil observasi, wawancara, kuesioner, proyek sejenis, hingga analisis terhadap data yang telah didapat.

Bab IV Perancangan:

Bab ini berisi tentang perancangan karya, mulai dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, hingga sketsa perancangan dan hasil perancangan untuk media utama yaitu kemasan serta media pendukungnya.

Bab V Kesimpulan dan Penutup:

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari rangkaian penelitian ini.

c) Bagian Akhir

Bab ini berisi daftar pustaka serta berisi lampiran – lampiran.