

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan sumber daya alamnya. Berbagai produk yang dihasilkan dari komoditas dapat dihasilkan. Produk tersebut dapat berupa bahan mentah ataupun olahan. Teknologi saat ini sangat berkembang cepat begitupun dengan hasil produk yang ada di Indonesia dan menghasilkan daya jual yang tinggi, tetapi Indonesia bukan merupakan penghasil yang bisa memenuhi kebutuhannya sendiri, oleh karena itu Indonesia juga merupakan negara yang melakukan perdagangan kepada negara-negara lain. Adanya kondisi tersebut membuat Indonesia sebagai negara perdagangan terbesar di Asia Tenggara yang bisa memenuhi kebutuhan nasional maupun internasional.

Menurut Abdullah (1982) Tembakau merupakan salah satunya dari hasil pertanian yang telah proses dengan pengolahan yang berasal dari daun *Genus Nicotina* yang masih segar setelah dipanen dalam keadaan basah ataupun kering, lalu kemudian proses pengawetan. Tembakau merupakan tanaman bahan baku untuk cerutu atau rokok. Biasanya tembakau termasuk sebagai komoditas penting di Indonesia. Bahkan industri tembakau yang dapat menjadi berbagai macam produk tembakau seperti cerutu, rokok, tembakau iris dalam kemasan, dan lainnya. Namun produk – produk tersebut memiliki nilai jual tinggi. Meski memegang *brand* tembakau terlama di Jawa Barat, konsistensi terhadap identitas yang dimiliki oleh Tembakau Paperka Sumedang kurang terlihat dan selalu berubah – ubah dalam kemasan produknya. Seperti pada *Website* Paperka yang menggunakan logo Tipografi, pada kemasan Tembakau Paperka dengan pengemasan baru dan banyaknya varian rasa yang diproduksi oleh Paperka tentunya merupakan salah satunya cara agar lebih mengenal dengan tembakau murni dengan cara dilinting atau tingwe (linting dewe/linting sendiri) dan mengenalkan juga budaya melinting.

Tanaman tembakau pada umumnya bisa ditanam pada iklim yang kering ataupun iklim yang sangat basah. Angin kencang yang sering melanda lokasi yang ditanami tembakau akibat dapat merusak tanaman itu sendiri dan juga berpengaruh dengan

hasil tembakau yang akan dipanen. Untuk tanaman tembakau dataran rendah, curah hujan rata-rata 2.000 mm/tahun, sedangkan untuk dataran tinggi, curah hujan rata-rata 1.500-3.500 mm/tahun. Tanaman tembakau juga dapat tumbuh pada dataran rendah atau pun dataran tinggi. Ketinggian yang paling cocok ada pada ketinggian 0-900 mdpl. (Disbun Jabar Prov.go.id).

Jawa Barat merupakan salah satu penghasil tembakau yang ada di Indonesia, salah satunya yaitu berada di Kabupaten Sumedang. Sumedang merupakan penghasil tembakau terbesar yang ada di Jawa Barat. Rata-rata petani mempunyai pekerjaan sebagai penghasil tanaman tembakau salah satu daerah penghasil tembakau di Sumedang adalah Tanjungsari (News Detik.com). Dengan teknologi yang berkembang pesat saat ini para petani tembakau semakin mudah untuk memasarkan kepada produsen, selain itu produsen saat ini juga sudah memulai bisnis usaha UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro) yang sebagian diambil dari petani langsung yang kemudian diberi kemasan dengan sedemikian rupa dan menjadi sebuah keuntungan bagi para petani dan juga produsen yang membuat produk dari olahan tembakau murni sudah mulai dalam perkembangan para produsen yang membuat produk dari olahan tembakau ini sekarang mengalami perubahan bukan hanya dari rasa dari tembakaunya namun memiliki nuansa yang lebih baru.



Gambar I.1 Paperka String Priw  
Sumber: *Website*, <https://paperkaenjoy.com/product/>

Salah satu merek tembakau mole yang cukup terkenal saat ini adalah Paperka. Paperka adalah suatu brand tembakau asal Bandung Jawa Barat yang

memanfaatkan situasi ditengah banyaknya orang-orang yang beralih ke rokok elektrik (pod/mod). Paperka merupakan suatu *brand* yang masih cukup baru, Paperka berdiri pada tahun 2016 di Bandung. Awal dari Paperka itu sendiri merupakan suatu perkumpulan atau dalam bahasa sunda adalah “Paguyuban”. Dari sana Paperka memulai bisnis tembakau dari jenis tembakau mole asal Sumedang selain itu di tengah kaum urban khususnya Bandung Raya para anak muda sudah banyak beralih kepada rokok elektik dan juga rokok yang sudah jadi seperti merek rokok yang sering dijual warung ataupun supermarket. Pendiri Paperka sendiri merupakan seorang yang ahli dalam desain grafis yaitu Nedi Sopian. Nedi awalnya hanya ingin membuat kampanye tentang merokok dengan daun kawung, karena memiliki banyak manfaat untuk tubuh manusia. Selain itu, Nedi merupakan vokalis band indie (band yang bergerak tanpa manajemen besar) asal Bandung Jawa Barat yang bernama Pemuda Harapan Bangsa atau lebih dipanggil dengan nama PHB. Nedi merupakan pencetus awal mula Paperka hingga sekarang. Berawal dengan kemampuan desain grafis, Nedi mampu memberikan kontribusi untuk para pecinta tembakau khususnya dikalangan anak muda jaman sekarang. Dengan gaya desain grafis pada kemasannya yang terlihat lebih menarik dan juga cita rasa tembakau yang memiliki banyak varian rasa.

Paperka mencoba untuk memberikan inovasi yang baru untuk masyarakat urban atau masyarakat yang berada di wilayah perkotaan dan mencoba untuk menyesuaikan diri pada segmentasi pasar untuk kaum milenial di perkotaan. Maka dari itu Paperka mampu menembus dan diminati oleh banyak segmentasi pasar yang awal mulanya sudah dipilih oleh Paperka itu sendiri. Dalam perkembangan Paperka membuat inovasi baru yaitu dengan meracik rasa varian baru untuk para anak muda jaman sekarang. Paperka membuat beberapa produk selain dari tembakau itu sendiri yaitu, korek gas, alat linting, papir, dan juga *merchandise* lainnya sebagai bentuk dukungan bahwa melinting tembakau murni itu tidaklah “kampungan”. Dari semua produk yang Paperka buat, Paperka tidak memiliki produk dalam kemasan khusus atau edisi terbatas, ini bisa menjadi strategi baru bagi pecinta tembakau linting.

Banyaknya fenomena dikalangan masyarakat urban perkotaan khususnya kalangan anak muda yang sudah mulai beralih kepada produk rokok dan juga rokok elektrik menjadikan Paperka ingin mengembangkan budaya melinting tembakau karena Paperka ingin menembus pasar kemasan dan juga rasa dari tembakau ini, Paperka ingin mengembalikan budaya melinting yang sudah berkurang di perkotaan. Selain untuk mencari segmentasi anak muda di perkotaan, Paperka juga ingin memberikan hal yang positif dari budaya melinting ini, salah satunya menyatukan pertemanan dengan selain merokok elektrik yang tinggal dihisap saja, maka dari itu Paperka terus mengkampanyekan budaya melinting di lingkungan pertemanan agar lebih hangat dalam obrolan. Kelebihan dari Paperka ini ingin membudayakan kembali melinting tembakau agar anak muda di zaman saat ini lebih mengenal tembakau murni untuk dilinting dan juga memberikan rasa bangga dengan produk yang digunakan, selain itu memberikan rasa hangat persaudaraan ketika berkumpul dengan teman. Selain dari pada untuk membudayakan melinting tembakau di tengah masyarakat perkotaan. Namun sisi lain dari produk Paperka yang dijual, Paperka tidak memiliki produk dengan edisi khusus atau edisi terbatas ini dapat menjadi strategi yang baik dalam pemasaran untuk sebuah produk yang mengeluarkan edisi terbatas yang dapat bertujuan untuk memberikan nilai lebih terhadap sebuah produk yang Paperka tampilkan dan juga bisa menjadi produk eksklusif.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang didapatkan berdasarkan pada latar belakang sebelumnya dapat dipahami yang menjadikan masalah. Kemudian dapat disimpulkan bahwa dalam setiap kemasan yang produksi oleh Paperka ini yaitu:

- Kurangnya konsistensi pada kemasan Paperka.
- Akibatnya sering berubah – ubah dalam visual kemasan produk Paperka

## **I.3 Rumusan Masalah**

Melalui identifikasi masalah yang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana membuat perancangan untuk produk tembakau dari perusahaan Paperka agar memiliki identitas visual melalui kemasan yang konsisten.

#### **I.4 Batasan Masalah**

Masalah dibatasi pada identitas visual kemasan produk tembakau Paperka dengan ukuran 50 gram yang berbeda-beda. Penelitian dan perancangan ini dilaksanakan di Bandung pada bulan November hingga Desember 2021.

#### **I. 5 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

##### **I.5.1 Tujuan Perancangan**

Perancangan selalu memiliki tujuan yang nantinya akan memberikan manfaat bagi perancangan yang akan dibuat. Berikut merupakan tujuan perancangan ini:

- Memberikan elemen-elemen dari setiap produk yang dibuat Paperka agar lebih konsisten.
- Untuk memperjelas identitas dari produk Paperka melalui sebuah pengemasan yang baik.

##### **I.5.2 Manfaat Perancangan**

Tujuan perancangan dibuat agar perancangan memiliki suatu hal yang memiliki manfaat keilmuan bagi masyarakat. Berikut merupakan manfaat dari perancangan ini diantaranya:

- Perancangan ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi perancangan serta memecahkan masalah pada identitas visual Paperka.
- Memberikan wawasan baru dan referensi mengenai suatu identitas visual Paperka dengan tampilan yang berbeda.
- Dengan pengemasan baru dan lebih rama lingkungan dan juga memberikan pengetahuan identitas visual yang baru kepada kalangan anak muda di perkotaan.