

BAB II. VISUAL KEMASAN TEMBAKAU PAPERKA

II. 1 Landasan Teori

II. 1.1 Tembakau

Tembakau merupakan salah satu komoditas perkebunan dan perdagangan yang penting di Indonesia. Produk utama tembakau yang diperdagangkan adalah daun tembakau dan rokok (Rachmat 2010). Tembakau juga termasuk sebagai input dan output dunia industri yang menghasilkan berupa cerutu, rokok, paket tembakau dengan pipa, *tingwe* (linting sendiri/digulung menggunakan alat cetak/tangan).

Tembakau merupakan tanaman dengan nama lain *nicotiana tobacum* yang merupakan salah satu komoditas yang penting di Indonesia. Tembakau yang sudah melalui proses pengolahan ini kemudian bisa dipanen dalam keadaan basah maupun dalam keadaan kering dan sudah melalui tahap proses pengawetan. Tembakau merupakan sebuah komoditas penghasil ekonomi yang cukup besar dan sebagai input dunia industri yang menghasilkan output berupa rokok, cerutu, paket tembakau, dengan pipa, *tingwe* (linting sendiri/digulung dengan alat cetak/tangan). Dalam ragam kebudayaan Indonesia tembakau juga bisa dikunyah, “dichelup” (diletakan diantara pipi dan gusi). Tembakau mengandung zat alkaloid nikotin.

Produk tembakau yang paling tinggi adalah rokok. Produk tembakau yang menghasilkan rokok ini bernilai tinggi, sehingga untuk beberapa negara termasuk Indonesia sangat mempengaruhi dari segi ekonomi dengan sumber penerimaan pemerintah dan pajak (cukai). Tembakau bukan merupakan tanaman asli dari Indonesia. Tanaman tembakau bisa di tanam di perbukitan dan bisa berada pada iklim yang basah maupun iklim yang kering. Tembakau dibagi menjadi tiga jenis, yaitu tembakau konsumsi lokal (*tingwe* dan susur), bahan industri rokok dalam negeri, dan ekspor (Hartono 2013). Sedangkan berdasarkan bentuknya hasil pengolahan tembakau ada 2 macam, yaitu berbentuk lembaran daun (*kerosok*) dan juga rajangan. Tahapan pengolahan rajangan antara lain meliputi sortisi hasil panen, pemeraman, pembuangan ibu tulang daun, penggulungan, perajangan, dan penjamuran (Hartono 2013).

Meski tembakau selalu diidentikkan dengan bahaya terhadap tubuh, tetapi tembakau juga memiliki manfaat bagi tubuh seperti yang dikutip oleh ARSADA (Asosiasi Rumah Sakit Daerah Seluruh Indonesia) tahun 2019, sebagai berikut:

1. Hasilkan Protein Anti Kanker

Tembakau tidak selalu berkonotasi negatif sebagai penyebab kanker, ternyata tanaman tersebut dapat pula menghasilkan protein anti-kanker yang berguna bagi penderita kanker, kata peneliti dari Pusat Penelitian Bioteknologi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), DR Arief Budi Witarto MEng.

2. Insektisida dan Melepaskan Gigitan Lintah

Selain bisa diekstrak dan diambil bagian tertentu seperti nikotin, yang bisa dipakai untuk berbagai produk makanan maupun minuman. Tembakau juga dapat digunakan untuk melepaskan gigitan lintah, dan bisa juga digunakan untuk insektisida karena nikotin yang terkandung merupakan neurotoxin yang sangat ampuh untuk serangga.

3. Obat Diabetes & Antibodi

Para ilmuwan berhasil menggunakan tembakau yang dimodifikasi secara genetik untuk memproduksi obat diabetes dan kekebalan tubuh. Hasil penelitian itu dipublikasikan dalam jurnal BMC Biotechnology, Maret 2013 lalu.

4. Obat HIV/AIDS

Tembakau juga bisa menghasilkan protein obat human immunodeficiency virus (HIV) penyebab AIDS, yang disebut griffithsin. HIV adalah virus yang menginfeksi sel sistem kekebalan tubuh manusia. Bedanya, bukan tembakaunya.

5. Obat Luka

Untuk obat luka dipakai ± 25 gram daun segar *Nicotiana Tabacum*, dicuci dan ditumbuk sampai lumat. ditambah minyak tanah ± 25 ml diperas dan disaring. Hasil saringan dioleskan pada luka.

II. 1.2 Jenis-Jenis Tembakau

Lebih dari 50 species tembakau yang tergolong *genus nicotiana*, namun hanya ada 2 spesies yang memiliki tingkat ekonomi yang tinggi. Kedua species tersebut yaitu *nicotiana tobaccum* dan *nicotiana rustica*. Perbedaan yang mencolok diantara species tersebut yaitu dari kadar nikotinnya. *Nicotiana rustica* memiliki angka yang paling tinggi dari jenis tembakau yaitu sekitar 16 persen. Sedangkan dari *nicotiana tabacum* memiliki sekitar 0,6 persen.

Jenis tembakau yang ada sekarang, biasanya diberi nama berdasarkan tempat asal tembakau tersebut. Dari semua jenis tembakau umumnya jenis tembakau tidak mudah untuk dibedakan. Untuk memudahkan pembagiannya, jenis tembakau dibedakan waktu penanamannya dan penggunaannya.

Secara umum tembakau di Indonesia dapat dipisahkan menurut musim tanamnya yang terbagi menjadi dua jenis yaitu:

- Tembakau Voor-Oogost

Tembakau semacam ini biasanya dinamakan tembakau musim kemarau atau *onberegend*. Artinya, jenis tembakau yang ditanam pada waktu musim penghujan dan dipanen pada waktu musim kemarau.

- Tembakau Na-Oogost

Tembakau Na-Oogst adalah jenis tembakau yang ditanam pada musim kemarau, kemudian dipanen atau dipetik pada musim penghujan.

Berdasarkan bentuk fisiknya, tembakau di Indonesia dipasarkan dalam dua wujud, yaitu:

- a. Rajangan (*slicing type*) tembakau rajangan sangat unik, dimana hanya terdapat di Indonesia saja. Tembakau dipasarkan dalam bentuk rajangan, dimana sebelumnya dipasarkan, terlebih dahulu dirajang sedemikian rupa, untuk selanjutnya dilakukan proses pengeringan dengan bantuan sinar matahari (*sun cured*). Berdasarkan tipe ukuran rajangannya, terbagi menjadi dua, *board cut* (meliputi rajangan kasar dan sedang) dan *fine cut* (rajangan halus). Berdasarkan warna hasil fermentasi, tembakau rajangan dibagi menjadi dua, rajangan kuning dan hitam. Disebut rajangan kuning, sebab hasil fermentasi nantinya cenderung berwarna kuning, sedangkan rajangan hitam dikarenakan hasil fermentasi cenderung berwarna gelap.

- b. Krosok (*leaf type*) Krosok merupakan jenis yang paling banyak terdapat di dunia. Tembakau krosok dipasarkan dalam bentuk lembaran daun utuh, setelah melalui proses pengeringan. Harga tembakau krosok cenderung lebih mahal dari pada rajangan, sebab melalui tahapan yang panjang sebelum siap dipasarkan, mulai pengeringan hingga sortasi (Matnawi 1997).

Secara garis besar tembakau di Indonesia dapat dibagi menurut penggunaannya atas tipe-tipe sebagai berikut:

- Tembakau cerutu
Jenis tembakau cerutu diantara lain adalah deli, tembakau *vorstenlanden*, tembakau besuki, tembakau cuba, dan tembakau Maryland. Tembakau cerutu umumnya berfungsi sebagai pembukus atau pengisi. Secara umum di dalam tembakau cerutu dikenal tiga jenis sesuai dengan fungsinya pada pembuaan rokok cerutu, yaitu: jenis pengisi, jenis pembalut dan jenis pembungkus. Tembakau yang dihasilkan di Sumatera yang terkenal adalah tembakau Deli dan merupakan penghasil tipe pembungkus yang terbaik. Jenis tembakau untuk tembakau cerutu adalah tembakau Deli, tembakau besuki dan tembakau *vorstenlanden*.
- Tembakau pipa
Tembakau pipa adalah jenis tembakau yang khusus digunakan untuk pipa bukan untuk pembuatan rokok cerutu maupun rokok sigaret kretek. Penggunaannya untuk kenikmatan meroko adalah langsung ditempatkan pada pipa (bagian ujung pipa) lalu dinyalakan dengan api dan dihisap dengan pipa (batang pipa), yang tergolong kepada tembakau ini adalah tembakau Lumajang.
- Tembakau Sigaret
Pada industri rokok, tembakau sigaret digunakan sebagai bahan baku untuk pembuatan rokok sigaret, baik sigaret putih maupun sigaret kretek. Jenis dari tembakau ini adalah tembakau Virginia, tembakau oriental (Turki), tembakau Burley, tembakau Rembang, tembakau Kasturi, tembakau Garut, tembakau Madura, tembakau Payakumbuh, dan tembakau Bugis.
- Tembakau asli/rakyat

Jenis tembakau ini kebanyakan diusahakan oleh rakyat. Hasil panen umumnya diolah dengan cara dirajang, lalu dikeringkan dengan penjemuran (*sun curing*) pembudidayaannya mulai dari pembuatan persemaian, penanaman dan pengolahan hasil (daun) sampai siap dijual, biasanya dilakukan oleh petani itu sendiri. Oleh karena itu tembakau ini dikenal sebagai tembakau asli atau tembakau rajangan.

Daerah pemasaran tembakau rajangan adalah di Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Tembakau Garut mempunyai sifat yang khas disamping rasa dan aroma, warnanya yang mencolok, yakni kuning emas sampai cokelat terang. Jenis-jenis tembakau asli yang ditanam di Jawa Barat adalah *kedu hejo*, *kedu omas*, *kedu hideung*, *maruyung*, *kedu rancing*, *palumbon*, *nani* (*benggala dan kenceh*, Virginia Garut (tembakau turunan Virginia) dan lain-lain.

- **Tembakau Asepan**

Tembakau Asepan merupakan jenis tembakau yang daunnya diolah secara pengasapan (diasap). Jenis tembakau ini dibedakan menjadi dua yaitu, tembakau musim penghujan (Na-Oogst) dan tembakau musim kemarau (Voor-Oogst). Namun ada juga jenis yang masa panennya diantara musim penghujan dan kemarau yang dikenal dengan NO-VO (Abdullah & Soedarmanto 1982).

II. 1.2 Paperka

a. Sejarah Paperka

Pada tahun 2016 Paperka merupakan sebuah paguyuban yang berisikan orang-orang yang menyukai tembakau, pada saat itu orang-orang khususnya dikalangan anak muda sudah mulai melupakan cara melinting tembakau. Nedi Sopian adalah orang yang mendirikan Paperka ini. Nedi merupakan seorang yang ahli dalam dunia desain grafis, dia merupakan pencetus awal mula Paperka sendiri. Berawal dari sebuah ide untuk membuat Paguyuban ini adalah untuk mengkampanyekan budaya melinting di tengah masyarakat urban di perkotaan khususnya dikalangan anak muda, selain itu Nedi juga akhirnya melakukan riset sendiri mengenai orang-orang yang suka melinting tembakau tersebut yang berada di daerah Ciptagelar, Sumedang. Hampir sebagian warga Ciptagelar ini mereka suka melinting tembakau sendiri karena dirasa lebih nikmat dibanding membeli rokok secara langsung.

Kebanyakan masyarakat di daerah Ciptagelar mereka melinting tembakau dengan daun kawung yang dipercaya bisa mengobati asma pada paru-paru. Salah satu motivasi Nedi untuk mendirikan budaya melinting adalah ingin memperkenalkan bahwa melinting bukanlah sesuatu yang dianggap “kampungan” karena melinting sudah ada sejak zaman dahulu. Pada akhirnya Nedi mantap ingin membuat sebuah Paguyuban Perokok Kawung atau yang disingkat menjadi PAPERKA. Sebelum mendirikan Paperka yang akhirnya menjadi sebuah produk tembakau ini, Nedi yang berbekal *basic* dari dunia desain grafis akhirnya memutuskan untuk membuat produk tembakau iris, karena banyaknya produk tembakau yang dijual di pasaran kebanyakan memiliki nama plesetan dari nama-nama rokok yang sudah terkenal, dari situ akhirnya Nedi membuat produknya sendiri yang bernama Paperka hingga saat ini.

Perjuangan Nedi untuk mendirikan sebuah brand dengan nama Paperka tidaklah mudah karena sebelumnya Nedi pernah berurusan dengan lembaga pemerintahan terkait pita cukai yang tidak terpasang pada kemasan Paperka itu sendiri. Pada akhirnya di tahun 2018 bea cukai menyetujui untuk mendaftarkan nama Paperka agar bisa dijual secara legal. Setelah Paperka diterima oleh lembaga pemerintahan akhirnya Paperka meneruskan untuk mengkampanyekan budaya melinting di tengah masyarakat perkotaan dikalangan anak muda, yang kemudian bisa memberikan dampak positif bagi orang-orang yang ingin “mengadu bako”.

Semua produk tembakau yang diproduksi oleh Paperka, Nedi yang kemudian membuat desain kemasan dari Paperka itu sendiri dan memberikan kesan dari setiap kemasan yang dibuat olehnya. Paperka pun tidak hanya membuat produk dari olahan tembakau tetapi juga memiliki beberapa barang untuk mendukung agar menguatkan *brand* dari Paperka itu sendiri, seperti contoh papir, asbak, alat linting, tas kecil untuk wadah dari Paperka itu sendiri, gelang, baju, dan lain-lain. Ini disebabkan karena Paperka ingin memiliki citra dasar yang kuat sebagai alat pendukung selain produk dari tembakau itu sendiri.

Untuk membuat produk tembakau sendiri Paperka sering mengambil bahan baku dari agen-agen karena sulitnya untuk mendapat tembakau dari petani langsung, ini disebabkan oleh terkaitnya kontrak petani dengan perusahaan rokok yang sudah memenuhi kesepakatan, tetapi itu bukanlah masalah dari Paperka itu sendiri. Paperka sendiri sudah memiliki jangkauan yang cukup luas di Indonesia dari Sumatra hingga Lombok bahkan Kalimantan pun sudah sampai. Target segmentasi yang diambil oleh Paperka itu sendiri adalah anak muda di perkotaan.

Visi misi dari Paperka itu sendiri adalah ingin menghidupkan kembali melinting di perkotaan khususnya di perkotaan dan juga spirit lah yang menjadi titik dasar untuk menguatkan dari brand Paperka itu sendiri dan menjadi kebanggaan bahwa Paperka adalah tidak hanya selalu produk tembakau untuk kalangan orang tua tetapi juga menjadi target untuk anak muda juga. Slogan yang yang dipakai oleh Paperka itu sendiri adalah “*Enjoy Life Now*” dengan makna untuk membangkitkan semangat dan juga kebanggaan dari produk Paperka itu sendiri.

b. Profil Paperka

Paperka adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang industri tembakau di Indonesia dan sudah berdiri sejak 5 tahun ke belakang dan sudah banyak dikenal oleh masyarakat umum dan juga para pecinta tembakau linting, berlokasi di Jl. Sarimanah 2 No.28, Sarijadi, Sukasari, Bandung. Paperka sudah memiliki banyak cabang atau gerai hingga reseller di toko-toko yang menjual tembakau Paperka. Paperka juga mendirikan sebuah toko dengan nama Halte Bako yang menjadi pusat dimana para produsen tembakau dengan merek lain dapat masuk dan dipromosikan kembali oleh Paperka.

Gaya kemasan yang diproduksi oleh Paperka sendiri berbahan dari plastik dan juga kertas berbahan *art paper* ini merupakan suatu strategi yang diambil oleh perusahaan Paperka. Penggunaan plastik dan kertas bukan tanpa sebab ini dikarenakan pemangkasan biaya produksi dan juga mengikuti harga pasar. Desain kemasan yang dibuat oleh Paperka ini menjadi daya tarik tersendiri untuk para konsumen selain terlihat menarik tetapi selalu memberikan teka-teki bagi

konsumen ini terlihat seperti gambar di atas. Paperka “Sting Priw” dapat memberikan imajinasi baru para konsumen karena tidak bisa ditebak, selain itu dari segi kemasan juga Paperka “Sting Priw”. Selain produk dengan varian rasa Sting Priw, Paperka juga memiliki dua puluh tiga varian rasa lainnya. Identitas merupakan suatu gambaran pada suatu produk atau perusahaan. identitas digunakan sebagai suatu pembeda dari produk lainnya sebagai pengenalan dari produk tersebut. Kemasan Paperka ini menggunakan bahan dari kategori fleksibel, ini dimaksudkan untuk mengurangi biaya produksi selain itu juga kemasan dari Paperka ini hanya dikemas menggunakan plastik dan perekat yang terbuat dari bahan stiker kertas untuk memberikan setiap segel pada kemasan. Paperka sendiri memiliki beberapa varian rasa dan setiap kemasan hanya diberikan label sebagai tanda untuk para konsumen yang ingin membeli. Kemasan Paperka ini terbilang cukup simple karena hanya ada gambar logo dan tulisan “bako mole”. Logo yang digunakan oleh Paperka ini adalah logo berjenis tulisan/*font*. Logo ini menggunakan font yang kemudian diedit ulang menggunakan aplikasi photoshop dan *font* ini termasuk tidak berbayar alias gratis.

Tipografi dalam logo Paperka ini dijadikan sebagai logo dari produk ini, dan sudah menjadi ciri identitas dari semua produk yang di hasilkan sudah memakai logo dengan tipografi ini. Jenis font yang digunakan pada tulisan Paperka ini adalah *York Baile Hill* yang didesain ulang oleh perusahaan. Warna yang digunakan pada logo Paperka ini adalah warna putih yang dimaksudkan agar bisa diaplikasikan kepada media apapun, seperti baju. Putih diartikan sebagai warna yang bersih, elegan, dan mewah.



Gambar II.1 Kemasan Plastik Paperka
Sumber: Pribadi (Diakses Pada Tanggal 18/01/2022)

c. Kemasan Produk Paperka

Kemasan dari Paperka ini menggunakan plastik bening dan hanya diberi kemasan Paperka dengan berbahan art paper berukuran 0,1 mm atau ukuran tipis, ini dimaksudkan untuk mempermudah memasukan kemasan tersebut ke dalam bungkus plastik yang kemudian diberi segel stiker kertas.



Gambar II.2 Kemasan Plastik Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 15/12/2021)

Paperka juga menggunakan sebuah slogan dengan kata “*enjoy life now*” dalam setiap produksinya. Makna dari slogan tersebut adalah membuktikan bahwa suatu kehidupan bisa dialami dengan santai meski menumpuk suatu hal yang menyangkut dalam kehidupan.

d. Produk dari Paperka

Banyaknya kemasan dari produk tembakau di Indonesia yang masih menggunakan kemasan yang terlihat biasa saja karena ingin mempertahankan identitas dari produk tersebut dan ada juga kemasan dari produk tembakau yang mengikuti perkembangan zaman, dan banyak juga varian harga yang termurah hingga bisa dikatakan mahal tergantung dari produk tembakau dan pengemasannya. Selain menyediakan beragam jenis varian dari tembakau, Paperka juga membuat produk pendukung selain tembakau dengan varian rasa yaitu, papir, alat linting/cetak, asbak, dan *T-shirt*.



Gambar II.3 Varian Rasa Tembakau Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 10/02/2022)



Gambar II.4 Varian Rasa Tembakau Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 10/02/2022)



Gambar II.5 Varian Rasa Tembakau Paperka
 Sumber: Pribadi
 (Diakses Pada Tanggal 10/02/2022)



Gambar II.6 Papir/Paper Paperka
 Sumber: Pribadi
 (Diakses Pada Tanggal 10/02/2022)

e. Profil Perusahaan

Paperka telah berdiri dari tahun 2016 yang beralamat di Jalan Sarimanah II No.28, Bandung, Jawa Barat. Merupakan dari sebuah perusahaan yang menjual jenis tembakau linting. Pemilik dari perusahaan tembakau Paperka ini adalah Nedi Sopian. Perusahaan Paperka telah memiliki ijin usaha sejak 2017 yaitu NPPBKC No: 0505. 1. 3. 5035. Produk yang dijual oleh Paperka adalah Tembakau dengan varian rasa, alat linting (alat cetak), papir, dan *merchandise* sebagai media pendukung dari Paperka.



Gambar II.7 Toko Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 11/02/2022)



Gambar II.8 Gudang Penyimpanan Tembakau Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 11/02/2022)



Gambar II.9 Proses Pengemasan Tembakau Paperka
Sumber: Pribadi
(Diakses Pada Tanggal 11/02/2022)



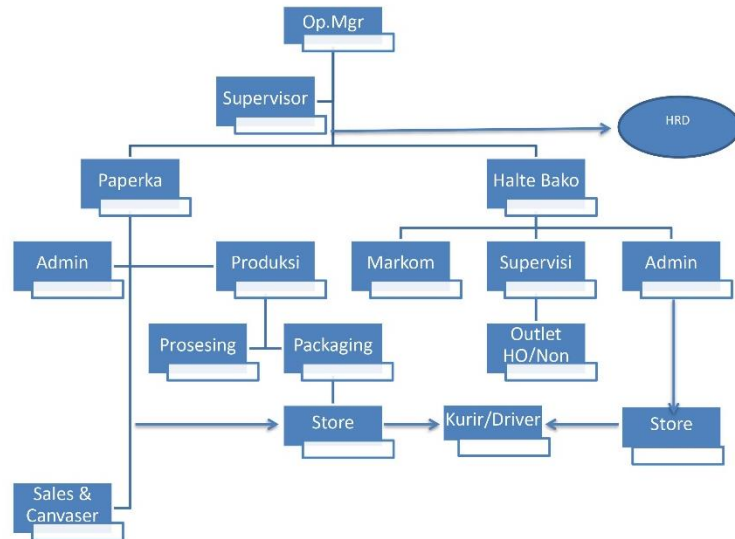
Gambar II.10 Alat Pengemasan Tembakau Paperka
Sumber: Pribadi

f. Struktur Organisasi Paperka

Struktur organisasi adalah merupakan sebuah bentuk yang berisi susunan pembagian dalam perusahaan yang dibangun dan memiliki bagian dari masing-masing karyawan. Paperka memiliki struktur organisasi pembagian yang bertujuan

untuk mengatur setiap pekerjaan dengan kebutuhan tertentu seperti manajer hingga kebutuhan untuk sosial media.

Tabel II.1 Struktur Organisasi Paperka Tahun 2022
Sumber: Data Perusahaan



II. 1.2.1 Proses Pengemasan Tembakau Paperka

Tembakau Paperka adalah jenis tembakau mole yang sudah melalui beberapa tahap proses yang kemudian diberi prasa pada setiap varian yang kemudian diberi label pada kemasan tersebut. Tembakau Paperka termasuk jenis tembakau rajangan dengan tipe *fine cut* (potongan halus).



Gambar II.11 Tembakau Paperka Tipe Halus
Sumber: Pribadi

II. 1.2.2 Harga Tembakau Paperka

Harga tembakau Paperka yang dijual di Bandung dan sekitarnya rata-rata dijual dengan harga Rp. 16.000 hingga Rp. 25.000. Ini dikarenakan berat bersih dari setiap varian berbeda-beda harga dari 35 gram hingga 50 gram dengan sebanyak 24 varian rasa dan 3 varian dengan berat 35 gram.

II. 2 Jenis Kemasan

Selain dari pada itu kemasan juga dibagi menjadi beberapa jenis seperti yang disampaikan Julianti (2014) sebagai berikut:

- **Kemasan kertas dan karton**
Kemasan kertas dan karton banyak digunakan untuk jenis makanan maupun nonmakanan seperti: burger, ayam goreng, kentang goreng dan lain sebagainya, untuk non makanan biasanya bisa digunakan untuk packaging pengiriman jarak jauh karena dinilai cukup efektif karena disimpan didalam ruangan.
- **Kemasan plastik rigid**
Kemasan rigid pada umumnya digunakan untuk mengemas produk berbentuk cair, bubuk, atau flakes. Kemasan ini disebut rigid/kaku kerana memang dibuat dari bahan yang tidak bisa dirubah bentuknya.
- **Kemasan semi rigid**
Kemasan semi rigid ini adalah kemasan yang dimana bisa berbentuk lembaran yang dimana bisa dibentuk ulang sesuai keinginan seperti kotak, segitiga, atau kerucut. Kemasan ini bisa terbuat dari bahan kertas ataupun mika plastik. Biasanya digunakan untuk bahan makanan pembungkus seperti nasi, ice cream, pasta gigi dan masih banyak lagi.
- **Kemasan tube/tabung**
Kemasan tube ini biasanya digunakan untuk kebutuhan bahan farmasi atau pasta gigi dan kosmetik yang memerlukan barrier properties yang tinggi, lem, dan bahan kimia yang membuat barang mengilat seperti autosol.
- **Kemasan fleksibel**
Disebut kemasan fleksibel karena mempunyai karakteristik yang sangat ringan, tipis, bentuknya lunak/tidak rigid. Kemasan ini ditunjukan untuk mengurangi pemnggunaan kemasan, mengurangi sampah kemasan, dan harganya lebih

mudah ketimbang kemasan plastik kaku/rigid. Serta memberikan kemudahan dalam tampilan sifat material maupun penampilan kemasan.

- **Kemasan gelas**

Gelas sudah ada sejak zaman dulu dan sangat umum digunakan sebagai kemasan, terutama untuk makanan, minuman beralkohol, produk farmasi, dan parfum. Secara umum gelas merupakan bahan material yang bersifat keras, kuat, mudah dibentuk, secara natural warnanya transparan, tetapi bisa juga dibuat opaque dan berwarna. Tidak bereaksi terhadap produk yang dikemas. Kekurangan dari kemasan gelas adalah mudah pecah dan berat sehingga biaya pergudangan dan distribusi akan lebih mahal dibandingkan kemasan plastik.

- **Kemasan logam**

Pada umumnya kemasan logam ini dibuat dari baja dilengkapi dengan coating yang sangat tipis pada kedua sisinya. Baja yang umum dipakai memiliki ketebalan kira-kira 0.01 inci. Logam yang digunakan pada pinggiran atau sudut-sudut kemasan pada umumnya baja yang bersifat lebih kaku dibandingkan pada bagian body-nya, seperti contoh kaleng susu SKM, minuman berenergi dan kaleng sarden. Keuntungan dan kerugian dari penggunaan kemasan logam ini adalah dapat di daur ulang 100%, praktis mudah diangkut dan didistribusikan, dan tidak mudah rusak. Kerugian dari kemasan logam ini adalah masih lebih berat dari kemasan lainnya, seperti plastik, karton fleksibel, bisa terjadi korosi jika proses coating tidak sempurna, harganya mahal, dan membutuhkan energi lebih untuk membuatnya.

II. 3 Identitas Dalam Desain Kemasan

Identitas desain kemasan adalah suatu kepribadian dalam merek atau produk yang memiliki sarat emosi. Identitas dalam sebuah logo yang kuat dapat membuat proses periklanan dan hubungan kepada masyarakat menjadi lebih efektif dan tampilan visual dari makna yang melekat sehingga memungkinkan konsumen untuk menerima pesan dari merek atau produk tersebut dengan lebih mudah. Produk-produk yang menyanggah logo dari perusahaan-perusahaan yang terkenal dan berkualitas tinggi diuntungkan oleh persepsi bahwa produk-produk tersebut memiliki kualitas super. Daya tarik produk bagi konsumen dengan demikian

semakin diperkuat oleh suatu tingkat kenyamanan yang ditimbulkan oleh merek yang telah dikenal baik konsumen (Gobe 2005).

II. 4 Analisis

II. 4.1 Wawancara

Wawancara dilakukan untuk *owner/pemilik* perusahaan Paperka untuk mendapatkan informasi lebih tentang perusahaan ini. Dan mengetahui sejarah, profil, dan tujuan dari perusahaan tembakau Paperka yang sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat khususnya di perkotaan.

Dari hasil wawancara dengan pemilik Paperka ini adalah berawal dari hanya ketidaksengajaan untuk membuat sebuah produk, karena awalnya Paperka ini dibentuk hanya untuk sebuah komunitas atau paguyuban bagi orang-orang yang menyukai tembakau luring. Tetapi dengan berjalannya waktu pada tahun 2016, Nedi Sopian yang merupakan vokalis band orkes asal Bandung yang bernama Pemuda Harapan Bangsa (PHB) ini hanya ingin membuat suatu terobosan bagi orang-orang yang menyukai tembakau luring ini. Nedi merasa cukup prihatin terhadap merek-merek tembakau yang diplesetkan dengan nama produk rokok yang sudah terkenal dan sudah memiliki konsumennya. Nedi yang mempunyai bakat pada bidang desain grafis akhirnya membuat produk dengan nama Paperka ini, dan menjadikannya sebagai suatu produk tembakau dengan terobosan yang baru dan juga bisa memberikan inspirasi bagi produsen tembakau lainnya. Setelah berjalan lima tahun akhirnya produk paperka ini mulai dikenal dan ingin memperkenalkan kepada masyarakat urban khususnya anak muda di perkotaan dengan membudayakan meluring tembakau yang dirasa masih cukup kuno untuk di perkotaan karena dianggap “kampungan”. Selain produk tembakau yang diproduksi, Paperka juga membuat beragam jenis produk diantaranya, asbak, korek gas, alat luring, papir, baju, gelang dan lain -lain. Nedi memberikan pernyataan bahwa produk Paperka ini membawa dampak positif bagi masyarakat perkotaan karena menurut Nedi pada saat sesi wawancara menyatakan “sekarang sudah tidak perlu khawatir lagi untuk membawa bako dan papir kedalam tas, karena dulu membawa bako dan papir ini dianggap seperti membawa barang haram seperti ganja”. Hal itu

sangat berpengaruh terhadap industri tembakau di perkotaan menurut Nedi. Selain untuk membantu dalam perekonomian tembakau di Indonesia Paperka juga selalu mengkampanyekan melinting tembakau itu tidaklah “kampungan”. Produk Paperka kini sudah meluas hingga luar bandung dan sudah memiliki cabang dan juga pendistributoran yang cukup besar.



Gambar II.12 Sesi Wawancara Dengan Pemilik Perusahaan
Sumber: Pribadi

II. 4.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT ini dilakukan untuk melihat nilai dari keunggulan hingga ancaman. *Brand* kompetitor yang sama dengan Paperka adalah produk dari Virgin Royal yang dibuat oleh PT. Taru Martani yang menjual produk tembakau dengan pengemasan premium. Dengan harga yang sama namun pada segi kuantitas tentunya berbeda.

Tabel II. Analisis SWOT Paperka
 Sumber: Pribadi
 (Diakses Pada Tanggal 10/02/2022)

<ul style="list-style-type: none"> • Strenght (Keunggulan) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan lebih menarik. 2. Isi dari produk lebih banyak. 3. Memiliki banyak varian rasa. 4. Memproduksi selain tembakau. 5. Sudah tersedia disetiap daerah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Weakness (Kelemahan) <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang cukup tinggi. 2. Kualitas kemasan masih menggunakan plastik bening . 3. Kurang konsistensi pada setiap produk yang di tampilkan.
<ul style="list-style-type: none"> • Opportunity (Peluang) <ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memberikan terobosan baru untuk produk tembakau dengan kemasan gaya anak muda. 2. Bisa menjual produk selain dari produk tembakau. 	<ul style="list-style-type: none"> • Treath (Ancaman) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya peminat karena harga yang cukup mahal. 2. Kualitas pengemasan yang kurang baik dengan produk competitor

II. 5 Resume

Paperka merupakan suatu produk tembakau yang cukup terkenal di Bandung bahkan pemasarannyapun sudah sampai di luar Bandung. Meskipun Paperka ini hanya sebuah paguyuban perokok kawung tetapi dengan berjalannya waktu akhirnya Paperka ini dijadikan sebuah *brand* tembakau milenial dan kekinian dengan memberikan kemasan yang eksklusif dan cukup mudah ditemukan disetiap toko yang menjual tembakau. Nedi sebagai pemilik ingin terus membudayakan dan

memperkenalkan melinting tembakau itu tidak “kampungan”. Dan Paperka ini sekarang menjadi kiblat bagi produsen tembakau lainnya.

Laporan ini dibuat berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan. Pengumpulan data dalam proses laporan ini melalui 2 proses yaitu, wawancara dan kuesioner. Proses wawancara dilakukan bersama narasumber yang berkaitan langsung dengan objek perancangan dan berperan sebagai pemilik toko dalam tembakau Paperka. Narasumber bernama Nedi Sopian dan dilakukan pada tanggal 13 Desember 2021. Nedi mengatakan bahwa Paperka merupakan merek kemasan baru yang berada di Jawa Barat termasuk di kota Bandung. Paperka tembakau sendiri memiliki keunikan sehingga mampu untuk mempertahankan eksistensi hingga saat ini. Kunci dari mempertahankan eksistensi dari *brand* ini adalah promosi dan peningkatan tembakau yang berkualitas. Paperka Tembakau memiliki kendala pada konsistensi identitas yang digunakan beberapa media. Seperti pada media informasi *Website* dan media promosi kemasan yang dimiliki identitas yang berbeda pada jenis kemasannya. Hal ini membuat Paperka Tembakau kurang mampu untuk mempertahankan identitas utama dalam produk yang dijual. Hal ini perlu ditindak lanjuti dengan membuat sebuah identitas yang akan bisa digunakan pada setiap media yang dimiliki oleh Paperka itu sendiri.

II. 6 Solusi Perancangan

Berdasarkan hasil data dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa produk tembakau Paperka ini kurangnya konsistensi terhadap produk tembakaunya ini yang menjadi sebab kenapa konsumen hanya mengetahui dari label kemasan yang menerangkan rasanya saja tanpa melihat sisi lain dari kemasan yang diproduksi dan kurangnya informasi pada bagian depan kemasan dari tampak depan. Untuk itu dilakukan dengan mendesain ulang kemasan produk tembakau Paperka untuk memudahkan melihat informasi yang cukup jelas dan memberikan informasi dari setiap varian rasa yang ditampilkan oleh produk tembakau Paperka sehingga konsumen tidak kebingungan. Selain dari informasi ada juga penyesuaian pengemasan agar terlihat eksklusif dengan memberikan tema budaya dari Jawa Barat.