

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak sekali ragam kuliner dari setiap perwakilan daerah atau kotanya masing-masing. Terdapat berbagai jenis makanan yang bisa disantap dari waktu ke waktu, mulai dari makanan basah hingga makanan kering. Makanan yang hadir tentunya bukan hanya makanan berat yang disajikan dengan nasi saja, melainkan ada camilan khas lokal yang biasa dinikmati oleh masyarakat. Semakin berkembangnya zaman, semakin pula banyak jenis makanan muncul ke permukaan. Entah itu sebuah pengembangan dari sebuah produk yang sudah ada, atau ide baru yang baru dibuat. Walaupun maraknya jajanan dari luar daerah atau bahkan dari luar negeri yang datang, jajanan lokal tidaklah ditinggalkan begitu saja oleh masyarakat. Tentunya makanan khas lokal dari daerah-daerah yang ada di Indonesia masih banyak peminatnya. Makanan tersebut pun masih bisa ditemukan di tempat-tempat umum dan pemukiman setempat, karena makanan lokal tersebut merupakan termasuk kebudayaan.

Makanan atau jajanan lokal yang ada di masyarakat memiliki banyak jenis dan peminat yang berbeda-beda. Berbagai makanan ada yang diminati oleh anak-anak, remaja, orang dewasa, lansia, hingga bisa jadi dinikmati oleh semua kalangan. Terdapat makanan kering yang bisa dikonsumsi oleh anak-anak hingga orang dewasa. Beberapa contoh makanan kering seperti kue kering, kerupuk, hingga olahan makanan yang dibuat menjadi keripik. Makanan kering tersebut biasa disantap sebagai camilan yang dinikmati sehari-hari. Bahkan beberapa masyarakat Indonesia identik memakan apapun dengan nasi, misalnya makanan kering atau camilan pun banyak dijadikan sebagai teman makan nasi terutama makanan dengan cita rasa yang asin.

Perkembangan zaman tidak menghentikan kreatifitas masyarakat Indonesia. Terdapat banyak kuliner yang identik dari masing-masing daerah, misalnya pempek sebagai makanan khas kota Palembang, kue pancong sebagai kue khas kota Jakarta atau Betawi, dan bakso goreng sebagai camilan khas dari kota Bandung. Bakso goreng atau basreng merupakan olahan daging yang diubah menjadi sebuah camilan goreng dari olahan bakso. Olahan bakso goreng ternyata dimanfaatkan oleh

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk menjadi camilan keripik berbentuk stik. Olahan tersebut kini diberi nama basreng yang disingkat dari nama bakso goreng.

Pengembangan olahan makanan bakso goreng atau basreng salah satunya dilakukan oleh PD. Mandiri Jaya yang merupakan perusahaan dagang UMKM. PD. Mandiri Jaya memiliki tujuan memperkenalkan camilan bakso goreng ini kepada masyarakat di dalam atau di luar Kota Bandung. PD. Mandiri Jaya merupakan pabrik UMKM yang memproduksi camilan keripik bakso goreng, dengan nama label Basreng Resti. Perusahaan tersebut memiliki pabrik produksi sendiri di Cidahu, Kabupaten Bandung Barat sejak tahun 2011.

Basreng Resti merupakan produk camilan basreng (bakso goreng) yang diproduksi oleh PD. Mandiri Jaya. Nama merek tersebut sebelumnya memproduksi produk dengan berat 12 gram dengan bungkus kecil yang dikemas menggunakan plastik. Basreng Resti memproduksi produknya sendiri di pabrik. Selain itu, Basreng Resti saat ini sudah memasarkan produknya ke beberapa kota besar yaitu kota Bekasi dan Lampung. Produk Basreng Resti dipasarkan ke warung atau toko-toko kecil yang berada di daerah pemukiman.

Dengan perkembangan era modern saat ini, Basreng Resti sebagai produk makanan lokal memiliki keinginan untuk memproduksi produknya menjadi lebih luas. Salah satunya adalah dipasarkan ke kota-kota lain selain kota Bekasi dan Lampung. Basreng Resti saat ini memiliki label kemasan primer berbahan plastik dan label kemasan sekunder berbahan kertas, yang dijual dengan harga yang terjangkau yaitu Rp500. Dalam kondisi saat ini, label yang sudah dimiliki oleh Basreng Resti masih dinilai kurang efisien oleh masyarakat. Hal tersebut salah satunya dinilai dari sisi identitas atau gaya visual pada kemasan tersebut yang monoton dan masih tradisional juga tidak ada representasi visual produk yang dijual. Selain itu, sudah banyak kompetitor yang memiliki label mirip dengan Basreng Resti. Keamanan dari kemasan primer pun belum sepenuhnya terjaga akibat lunturnya tinta di atas kemasan.

Dalam kemasan camilan basreng tersebut, ditemukan beberapa masalah dari visual dan fisik kemasan primer Basreng Resti. Produk Basreng Resti ternyata belum memiliki berat bersih yang akurat seperti keterangan dalam kemasan, sehingga isi produk pada kemasan pun lebih sedikit. Hal tersebut dipengaruhi dari harga jual yang murah. Selain itu, terdapat temuan bahwa kemasan primer Basreng Resti memiliki tinta yang luntur pada permukaan kemasan, sehingga dinilai tidak cukup aman bagi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian peneliti, keterangan pada label kemasan Basreng Resti belum cukup lengkap sesuai pedoman BPOM terutama pada kemasan primer.

Desain kemasan merupakan identitas yang penting untuk mewakili sebuah produk. Dengan uraian di atas, maka dinilai penting untuk melakukan perancangan baru pada produk Basreng Resti dengan gaya visual yang lebih menarik, unik dan memiliki identitas yang berbeda dari produk kompetitor, dengan informasi yang lengkap dan kemasan yang aman. Selain itu, dianggap penting untuk membentuk identitas Basreng Resti melalui *wordmark* agar produk ini tampak memiliki karakteristik unik. Hal tersebut merupakan upaya untuk Basreng Resti dapat dikenal dengan baik dan meningkatkan nilai dari produk itu sendiri melalui kemasan. Walaupun produk ini awalnya adalah olahan tradisional, tidak membuang kesempatan untuk dibuatnya kemasan yang lebih aman dan memiliki ciri khas dibandingkan jajanan dalam kelasnya yaitu kelas menengah-menengah ke bawah. Perancangan kemasan produk ini, dibuat menjadi kemasan yang lebih menarik dan memikat mata dengan berat bersih lebih banyak yaitu 20 gram/pcs dengan menaikkan harga jual, supaya isi produk menjadi lebih banyak. Maka dari itu, membuat perancangan kemasan yang lebih baik sebagaimana dapat meningkatkan kualitas dari produk itu sendiri.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti merangkum bahwa terdapat identifikasi masalah sebagai berikut.

- Perlunya membuat desain kemasan baru supaya yang baik dan aman untuk produk Basreng Resti dengan informasi yang lebih lengkap.

- Perlunya membuat identitas visual Basreng Resti yang unik dan berbeda dari kompetitor dengan memunculkan representatif dari produk yang dijual.
- Perlunya merancang identitas merek Basreng Resti melalui *wordmark* yang unik dan sesuai dengan identitas dari produk basreng.

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapat dari ini adalah “Bagaimana merancang identitas baru Basreng Resti melalui kemasan, yang unik dan aman dengan informasi yang lengkap, sehingga dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat?”

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah yang mengangkat tentang label kemasan yang dimiliki oleh Basreng Resti. Dibawah ini batasan dalam perancangan berdasarkan batasan objektif, subjektif, dan keterangan tempat dan waktu:

- Berdasarkan objek, pembahasan perancangan akan difokuskan pada dibutuhkannya kemasan baru Basreng Resti dengan visual yang lebih baik dan aman sesuai dengan khalayak sasaran.
- Berdasarkan batasan subjek, perancangan difokuskan kepada masyarakat generasi muda dimana pada usia tersebut merupakan banyaknya peminat dari camilan stik basreng yang pedas dan gurih.
- Berdasarkan batasan tempat, perancangan ini difokuskan kepada masyarakat yang berada di wilayah Bandung Raya. Peneliti dapat mencari dan mengolah data ke tempat pembuatan camilan Basreng Resti, yang berlokasi di Cidahu, Desa Tanimulya, Kec. Ngamprah, Kab. Bandung Barat.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat produk Basreng dikenal menjadi produk basreng yang berbeda dari segi visual di pasarnya yaitu dengan memunculkan representatif dari produk yang dijual. Salah satunya, dengan membuat perancangan kemasan baru Basreng Resti dengan informasi produk yang lengkap dan aman, kemudian memunculkan gambar mengenai bentuk basreng dalam identitas tipografi maupun ilustrasi. Hal tersebut diharapkan dapat

meningkatkan nilai dari produk itu sendiri di kelas menengah dan menengah ke bawah. Maka dari itu, data yang akan dicari dapat menghasilkan data yang relevan dengan hasil analisis akan dilakukan.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah untuk mendapatkan solusi dari produk Basreng Resti yang memiliki keinginan untuk membuat label kemasan yang baru dan meningkatkan distribusi menjadi lebih luas. Data yang didapatkan bisa menambah pengetahuan baru bagi perancang dan pihak badan usaha. Dari perancangan yang dilakukan, diharapkan bahwa hasil dari perancangan ini dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti

Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam membuat sebuah karya terlebih dalam desain kemasan.

2. Masyarakat

Diharapkan perancangan ini dapat memberikan solusi bagi produk Basreng Resti untuk meningkatkan kualitas dan berpotensi untuk menjadi produk dengan identitas visual lebih baik dan efisien di pasar yang luas. Selain itu, untuk memberikan referensi kepada masyarakat supaya membuat sebuah desain kemasan yang lebih menarik untuk usahanya.

3. Universitas

Sebagai alat untuk memberikan referensi umum yang berfungsi untuk menambah wawasan dan juga sebagai bahan perbandingan untuk peneliti selanjutnya, terutama bagi produk UMKM camilan basreng.