BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung dikenal sebagai salah satu kota kuliner, hal ini dapat terlihat dari banyaknya variasi dan inovasi kuliner yang ada di kota Bandung dan ini menjadi salah satu ciri khas kota Bandung. Salah satu kuliner terkenal di Bandung yaitu kuliner keripik singkong. Keripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan atau sayuran yang digoreng, jemur atau pengeringan. Untuk menghasilkan rasa gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu. Di Jawa Barat tepatnya di Bandung variasi kuliner sangat berkembang pesat dan banyak sekali makanan yang menjadi ciri khas kota Bandung itu sendiri. Dengan banyaknya inovasi-inovasi terhadap makanan membuat Bandung semakin kaya akan kuliner. Contohnya seperti olahan singkong yang dibuat menjadi comro, getuk, putri noong, keripik dan lain-lain. Keripik menjadi olahan singkong yang banyak digemari dan sudah menjadi jajanan ciri khas kota Bandung. Produk makanan ringan seperti keripik dipasaran sangat banyak macamnya baik bentuknya (tipis, bergelombang, bulat, segi empat dan segitiga) dan rasanya (asin, manis, pedas, dan manis pedas). Rasa asin berasal berasal dari pemberian pada saat perendaman atau setelah keripik matang dan diberi garam atau bumbu. Banyak juga produsen keripik yang terkenal di Bandung seperti: Maicih, Karuhun, Bojes, Jegeer, Si Utun dan salah satunya keripik Riki.

Lokasi PD. Riki Family ini sedikit kurang strategis dan jalan masuk menuju pabrik ini pun agak kurang bagus. Pabrik PD. Riki Family yang berjarak 25 meter dari jalan. PD. Riki Family memiliki pegawai 28 orang yang akan siap melayani para pembeli yang akan menikmati produk PD. Riki Family. Jajanan tradisional khas Indonesia keripik Riki memang sudah lama memenuhi konsumen dengan keripik pedas gurihnya. Rasa pedas gurih memang sudah menjadi identitas PD. Riki Family.

keripik Riki dikenal oleh masyarakat sekitar, namun kurang dikenal oleh masyarakat luas disebabkan kurangnya media promosi. Padahal dari segi rasa dan kualitas keripik Riki ini tidak kalah jika dibandingkan dengan keripik lainnya. Banyak sentra produk keripik yang membeli langsung produk PD. Riki dan memasarkannya kembali. PD. Riki Family ini juga mengalami permasalahan dalam logo dan kemasan produknya. Dari beberapa identitas logo yang PD. Riki Family terlalu *simple* tidak menampakkan produk yang dijual dan disebabkan belum diterapkannya keseragaman identitas pada setiap kemasan, sehingga mengakibatkan konsumen tidak mudah mengingat kemasan PD. Riki Family.



Gambar I.1 Identitas kemasan PD. Riki Family (Ari dan Rizki)

Sumber: Dokumen pribadi (2012)



Gambar I.2 Identitas kemasan PD. Riki Family (Ari dan Rizki)

Sumber: Dokumen pribadi (2012)



Penggunaan logo dalam gambar di atas dalam tipografi dan warna latar sudah cocok menampilkan citra pedas pada produk. Penggunaan yang di pilih karena logo sudah di terapkan dalam beberapa identitas produk Riki. Lingkaran yang berbentuk seperti matahari yang panas dan selalu memberi kesan nomer satu atau unggul.



Penggunaan logo typeface gambar di atas belum sesuai dengan identitas perusahaan. Penggunaan typeface di atas mencerminkan kelembutan dan elegun, yang produk sendiri adalah keripik dan basreng pedas.

Gambar I.3 Identitas Logo PD. Riki Family (Ari dan Rizki)

Sumber: Dokumen pribadi (2012)

Idealnya sebuah pabrik PD. Riki Family (Ari dan Rizki) memiliki produk dengan kemasan yang tidak hanya difungsikan sebagai wadah atau pembungkus saja, tetapi dapat juga difungsikan sebagai media identitas dan upaya peningkatan nilai suatu produk. Kemasan juga harus disesuaikan dengan produk yang dikemasnya, agar kemasan tidak merusak produk sesuai dengan arti kemasan sebagai pelindung keutuhan dan keamanan produk. Singkatnya sebuah kemasan dapat mewakili identitas suatu perusahaan dengan desain yang sesuai identitasnya dan konsisten dalam pengaplikasian desainnya.

Kemasan memiliki pengaruh dalam pencitraan makanan yang dikemasnya yang secara tidak langsung dapat mengkomunikasikan apa yang terdapat didalamnya, seperti rasa maupun tekstur yang dikomunikasikan melalui bentuk, warna, tipografi serta gambar yang terdapat dalam sebuah kemasan, selain itu kemasan juga

diusahakan dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk. Desain kemasan pada suatu produk harus memiliki ciri khas dan karakteristik agar tidak tersilap oleh produk-produk lain. Dan setiap produk PD. Riki Family (Ari dan Rizki) harus saling memiliki keterkaitan antara produk yang satu dengan produk lainnya agar konsumen langsung mengetahui bahwa suatu produk berasal dari pabrik PD. Riki Family hanya dengan melihat kemasannya saja.

Keripik Riki memiliki kemasan sama halnya dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama, namun menurut beberapa konsumen menyimpulkan kemasan PD. Riki memiliki kendala yaitu desain kemasannya yang terlalu umum serta kurang konsistennya pengaplikasian visual identitas perusahaan pada setiap kemasan, hal tersebut dapat membuat konsumen kebingungan mengenali kemasan PD. Riki. Selain itu spesifikasi dan varian produk PD. Riki tidak dicantumkan pada setiap kemasan sehingga konsumen menjadi kurang menyadari keripik Riki memiliki bermacam-macam varian. Ada beberapa kemasan yang tidak terlalu tertutup rapat. PD. Riki Family (Ari dan Rizki) terus mengalami peningkatan dalam penjualannya, maka tidak ada salahnya memperbarui kemasan yang sudah ada sekarang. Karena kemasan PD. Riki memang perlu untuk diperbarui untuk menjadi lebih baik. Dengan permasalahan yang ada itu, perlu adanya perancangan ulang identitas produk pada kemasan, tanpa menghilangkan keseluruhan dari *image* pabrik PD. Riki Family yang sudah ada pada benak masyarakat.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam identifikasi masalah adalah :

- Kurang tersampaikannya informasi produk PD. Riki Family pada konsumen.
- Aplikasi identitas perusahaan tidak konsisten pada beberapa kemasan contohnya identitas pada keripik yang diberi label perusahaan dengan kemasan varian yang tidak diberi label perusahaan.

- Kemasan kurang tertutup rapat sehingga mempengaruhi kerenyahan dan isinya sering tercecer.

Pembaharuan kemasan untuk peningkatan penjualan terhadap pabrik PD. Riki Family yang masih dalam tahap usia perkembangan.

I.3 Fokus Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam Fokus Masalah yaitu perancangan sebuah media produk terkait kemasan yang menarik dan memiliki aturan dan panduan yang jelas agar kemasan produk PD. Riki terbentuk dengan baik dan dapat memberi pengaruh positif kepada perusahaan.

I.4 Strategi Perancangan

Berdasarkan Fokus Masalah diatas, adapun tujuan dari perancangan media identitas produk terkait kemasan, yaitu :

- Membuat identitas produk kemasan yang konsisten agar tidak membuat konsumen kebingungan.
- Membuat kemasan yang sesuai dengan produk agar dapat digunakan seefektif mungkin.
- Membuat desain kemasan yang menarik yang diharapkan dapat memperkuat citra produk dibenak konsumen.
- Menyampaikan informasi dengan tepat sasaran kepada para konsumen.