BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu membuat sebuah kemasan yang menarik dan berbeda dengan kemasan pada umumnya yang akan meliputi Beberapa hal yaitu :

III.1.1 Pendekatan komunikasi

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Pengertian yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah memberitahukan keberadaan Tahu CHJ yang menyediakan berbagai macam varian produk Tahu dengan berbagai keunggulan, mengkomunikasikan perusahaan yang baru dan sedang berkembang.

Hal tersebut dikomunikasikan kedalam sebuah visual desain kemasan yang baik dengan mempertimbangkan keestetisan sebuah desain pada setiap kemasan Tahu yang ada, sehingga perusahaan tersebut memiliki citra yang kuat dan melekat di masyarakat/konsumen.

- **Materi Pesan:**
  - Memberikan sebuah visual kemasan dengan identitas yang baru kepada konsumen.
  - Menyampaikan informasi berupa Alamat lokasi Pabrik Tahu CHJ, komposisi dan informasi tentang berat bersih setiap produk dalam kemasannya.
  - Menyampaikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki Pabrik Tahu CHJ seperti halnya pabrik Tahu CHJ yang berlabel halal, memiliki izin dari Dinas Kesehatan, Produknya yang tidak mengandung zat-zat pengawet berbahaya, memiliki Varian Produk dan banyaknya manfaat jika konsumen mengkonsumsi Tahu.
  - Menyampaikan keunikan produk Tahu CHJ yang Tahunya memiliki tekstur lembut.

- Menyampaikan informasi berupa peringatan penting yang harus dilakukan seperti kapan sebaiknya produk dikonsumsi dan untuk beberapa produk harus disimpan dilemari es pada suhu tertentu.
- Menambahkan bonus resep dengan bahan dasar Tahu CHJ pada beberapa kemasan.

- **Tujuan komunikasi perancangan:**
  - Memberikan sebuah visual pada kemasan agar dapat memperkuat image perusahaan.
  - Memberikan kesan keunikan dan kelebihan pada Tahu CHJ.
  - Kemasan memiliki identitas yang konsisten
- **Tema/Pesan Utama**

  Pesan utama dalam perancangan Desain Kemasan Tahu CHJ adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat atau konsumen bahwa Tahu CHJ menyediakan berbagai jenis varian tahu, tahu yang bebas formalin dan bahan pengawet lainnya, memiliki kelebihan rasa yang lembut dan berbahan susu murni dengan kemasannya yang cukup berbeda.

Pendekatan komunikasi yang disimpulkan menempati dua hal yaitu:

- **Pendekatan Verbal**

  Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan kemasan Tahu CHJ dengan menampilkan *tagline* dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal serta menggunakan kata imbuhan bahasa daerah Jawa Barat atau Bahasa Sunda yang dipadukan, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan desain adalah semua kalangan ekonomi dengan rentang usia 18 hingga 50 tahun serta agar terasa kental nuansa daerah Bandung karena Tahu CHJ ini sering dijadikan oleh-oleh keluar kota Bandung. Adapun *tagline* yang disampaikan yaitu “Lembutnya bikin ketagihan euy”. Kata lembut ini diangkat dari keunikan tekstur yang dimiliki Tahu Susu yang paling banyak digemari oleh konsumen dan diharapkan konsumen akan terus berkelanjutan untuk mengkonsumsi Tahu CHJ ini.

- **Pendekatan Visual**

  Sebuah desain yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti garis dan latar belakang agar desain terlihat lebih menarik. Ilustrasi juga digunakan sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita sehingga pesan dapat lebih berkesan. Warna-warna yang akan digunakan adalah warna-warna senada coklat, hijau dan kuning emas pucat seperti karakter kedelai. Warna-warna ini digunakan agar kemasan Tahu CHJ terkesan klasik seperti kemasan besek yang menjadi andalan di Tahu CHJ dan bernuansa segar seperti lokasi pabrik Tahu CHJ yaitu Cihanjuang dan sering dijadikan oleh-oleh khas Bandung.

III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk menghasilkan desain kemasan Tahu CHJ yang lebih baik, rancangan desain kemasan akan disesuaikan dengan target konsumen dengan menggunakan strategi kreatif yang pas dan tepat sasaran. Pertama-tama membuat sebuah tagline yang akan ada pada semua kemasan. Tagline berupa “Lembutnya bikin ketagihan euy!” kata itu dipilih untuk menanamkan pada benak konsumen bahwa setiap mendengar kata lembut maka akan ingat Tahu CHJ yang bertekstur lembut dan membuat orang tertarik untuk mencoba karena kata “ketagihan”. Kata “euy!” ditambahkan diakhir kalimat Tagline untuk mempertegas daerah asal pabrik CHJ yaitu Bandung. Kata “Euy” adalah kata akrab yang sehari-hari biasa diucapkan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat Kota Bandung. Hal ini juga dikarenakan taget konsumen berdasarkan aspek psikografisnya yaitu suka berwisata kuliner, penyuka jajanan sehat, dan yang suka berkumpul. Sedangkan untuk headline akan dipilih nama jenis Tahu.

Selain memunculkan kata-kata tadi pada kemasan juga akan memunculkan sebuah ilustrasi kecambah kacang kedelai yang berwarna hijau segar yang seditit terbelah dan mengeluarkan lekukan yang maksudnya cabang yang sedang tumbuh. Hal tersebut dipakai sebagai identitas kemasan. alasan memakai kecambah kacang kedelai yaitu mewakili pesan perusahaan yakni pabik CHJ yang

masih baru didirikan pada awal tahun 2010 yang saat ini sedang berkembang seperti ilustrasi kecambah tersebut. Kecambahnya pun dibuat dengan bentuk oval seperti bibit unggul kacang kedelai yang maksudnya ingin menyampaikan bahwa pabrik Tahu CHJ selalu memakai bahan-bahan berkualitas dalam pembuatan Produknya.

Latar belakang menggunakan warna gradasi dari coklat tua ke kuning krem, seperti warna tahu goreng yang berwarna coklat tua dan warna kuning krem diambil dari warna kacang kedelai yang siap untuk diolah. Warna latar tersebut dibuat gradasi agar tersampaikan bahwa tahu CHJ ini tidak kaku tetapi terasa lembut. Pada latarnya pun ditambahkan corak kotak-kotak yang bertumpuk secara acak seperti Tahu yang berbentuk kotak dan bertumpuk-tumpuk. Membuat gambar melengkung sebagai tanda batas bawah dan btas atas setiap kemasan.

III.1.3 Strategi Media

Media yang digunakan meliputi :

- **Media Utama**

  Media utama yang digunakan dalam perancangan Desain Kemasan Tahu CHJ adalah Kemasan produk Tahu CHJ yaitu kemasan Tahu Susu Goreng, Tahu Susu Mentah, Nuget Tahu dan Kerupuk Tahu. Kemasannya pun akan beragam dari mulai kemasan sebagai berikut :

  - Tahu Susu Goreng, kemasan Tahu Goreng ini terbagi atas dua yaitu pertama kemasan yang menggunakan material besek, besek tetap digunakan sebagai kemasan karena besek mempunyai fungsi yang maksimal sebagai wadah atau bungkus Tahu Matang, besek mampu menyerap uap panas ketika Tahu baru saja diangkat dari penggorengan dan dimasukan dalam kemasan besek ini, selain itu akan ada aroma besek pada Tahu Goreng yang membuat rasa Tahu ini semakin Tradisional dan terahir besek ini akan diberi label semacam kunci yang terbuat dari material kertas Samson. Sedangkan kemasan kedua menggunakan kertas nasi yang agak tebal dan buat terbuka agar seperti kemasan besek, uap pansa Tahu Goreng dengan mudah akan keluar.

- Kemasan yang terbuat dari material *corrugated paper* atau atau lebih dikenal kemasan kardus akan digunakan untuk mengemas Tahu Goreng Susu setiap pembelian 2 besek.
- Kemasan Tahu Susu mentah, Tahu ini akan dikemas menggunakan material plastik yang direkatkan di atasnya. Plastik yang direkatkan dipilih agar air rendaman yang dimasukan dalam plastik tidak tercecer ketika pendistribusian produsen ke penggecer maupun ketika konsumen membawanya dalam perajalan. Pabrik Tahu CHJ juga mengharapkan kedepannya produk-produk tahu yang diproduksinya dapat tembus penjualan ke pasar-pasar swalayan seperti Indomart, Alfamart, Circle Key, Superindo, hypermart dan swalayan-swalayan lainnya.
- Untuk kemasan Kerupuk Tahu pun akan menggunakan plastik bening yang direkatkan hal tersebut dilakukan agar kerupuk tidak melempem atau menjadi lembek karena pengaruh udara ketika kerupuk dijajarkan didisplay.
- Kemasan Nuget Tahu akan menggunakan material plastik seperti kemasan pada umumnya karena Nuget ini harus dimasukan kedalam lemari es ketika tidak akan dikonsumsi agar nugget ini tidak cepat basi.
- Kemasan Keresek adalah kemasan yang paling umum digunakan untuk pegemasan terutama untuk penjualan eceran. Kemasan ini digunakan sesuai dengan kebutuhan karena kemasan kresek ini tergolong dalam jenis kemasan sekunder.

- **Media Pendukung**
  - X Banner

    Merupakan salah satu media untuk membatu perusahaan dalam memberi informasi kepada setiap orang yang melihatnya, tentang produk apa saja yang ada atau sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan. Isi atau informasi utama yang akan disampaikan dalam x banner ini yaitu hadirnya kemasan dengan identitas visual yang baru.

- Papan Pemesanan

  Media ini merupakan media yang dibutuhkan pegawai untuk mencatat pesanan dari konsumen yang memesan melalui telepon. Papan pemesanan didesain ulang disesuaikan dengan identitas visual kemasan yang baru untuk memperkuat citra yang kuat dan melekat pada konsumen.
- Seragam Pegawai

  Merupakan salah satu media yang digunakan pegawai yang berfungsi untuk membedakan antara pegawai dengan konsumen. Selain itu pemakaian seragam ini difungsikan juga untuk menciptakan suasana identitas visual yang baru sehingga dengan cepat melekat pada benak konsumen bahwa CHJ telah memiliki identitas visual yang baru mendukung kemasan.
- Papan Nama Perusahaan

  Merupakan sebuah media yang dibutuhkan perusahaan untuk member tahu masyarakat atau konsumen tentang adanya sebuah Pabrik dilokasi tersebut. Papan nama ini didesain menyesuaikan identitas visual kemasan yang baru.
- Stiker

  Dengan pembuatan stiker ini diharapkan dengan cepat identitas visual CHJ menyebar dan melekat dibenak konsumen sehingga konsumen tidak akan kebingungan ketika membeli produk tahu dengan identitas visual kemasan yang baru.
- Spanduk

  Media ini merupakan media untuk membantu perusahaan dalam memberi informasi kepada masyarakat yang melihat dari jarak yang lumayan jauh.
- Gelas

  Media ini merupakan media yang sering ditemukan di hampir semua tempat makan. Dengan pengaplikasian identitas pada gelas diharapkan dapat membuat konsumen lebih ingat dengan identitas Tahu CHJ yang Baru.

- Pin

  Pin yang bertuliskan *tagline* “lembutnya bikin ketagihan euy” akan dipakai oleh para pegawai juga, tersebut agar tagline seperti pada kemasan dapat tersampaikan dengan baik kepada para konsumen.

- Mobil Box

  Salah satu media promosi yang cukup efektif untuk menginformasikan kepada setiap orang yang berada dijalan. Hal ini secara tidak langsung mempermudah konsumen mengetahui visual identitas yang baru sehingga tidak akan merasa heran ketika mendapatkan kemasan dengan baru ini.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media ini akan dilakukan sesuai jadwal yang sudah di tentukan yang diharapkan dengan strategi distribusi yang tepat konsumen dapat langsung menerima dan mengingat visual identitas kemasan yang baru diluncurkan. Strategi distribusi tersebut dapat dilihat pada pada Tabel III.1 berikut ini :

Tabel III.1 Strategi Distribusi

Bulan / Media	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kemasan						
Mobil Box						
Spanduk						
Stiker						
Papan Nama Perusahaan						
X Banner						
Papan Pemesanan						
Seragam						
Gelas						
Pin						

Semua media akan diluncurkan secara serempak pada bulan Juli agar secara tidak langsung tercipta suasana baru dengan identitas visual yang baru ini. Selain itu dengan peluncuran media-media pendukung dapat membatu menyampaikan kepada konsumen bahwa adanya peluncuran kemasan dengan identitas visual yang baru. Untuk penyebaran stiker akan dilakukan 3 kali yaitu pada bulan Juli bersamaan dengan diluncurkannya kemasan baru, selanjutnya pada bulan September yaitu ketika musim liburan sekolah sehingga banyak pengunjung yang dating bersama keluarganya dan terakhir pada bulan desember ketika musim liburan kembali yang sering kali banyak pengunjung dari luar kota bandung berdatangan sehinnga dengan cepat identitas visual kemasan yang baru akan dapat langsung dikenalkan dimasyarakat diluar kota bandung.

Untuk pemasangan Spanduk akan dilakukan penggatian pada 3 bulan berikutnya yaitu pada bulan Oktober karena spanduk akan dipasang pada gapura yang akan memasuki wilayah pabrik Tahu CHJ sehingga akan mudah pudar dan rusak.

Pin akan dipakai secara rutin selama 3 bulan untuk melekatkan identitas visual pada konsumen terkait kemasan. yang diharapkan pesan yang tersurat didalm pin dapat dengan cepat diingat oleh konsumen.

III.2 Konsep Visual

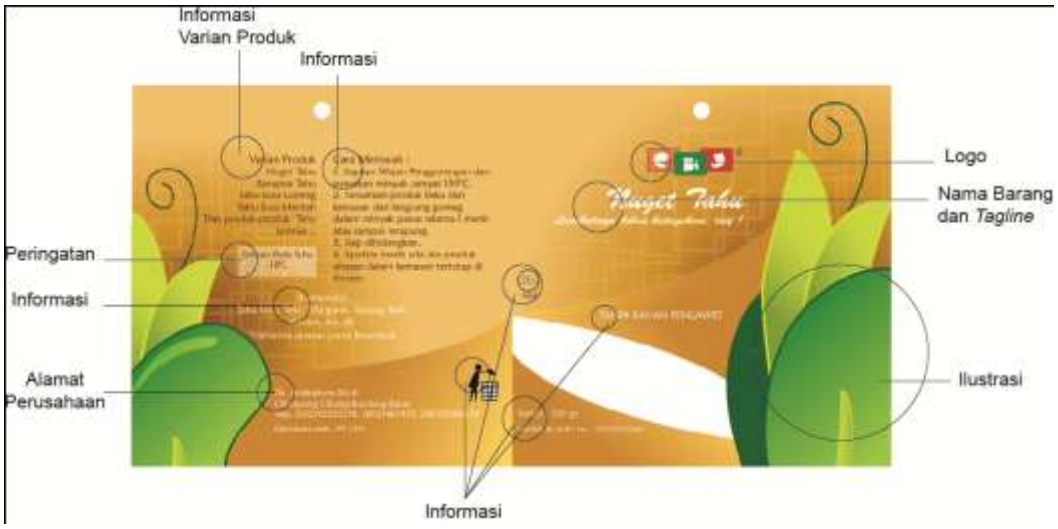
Konsep visual yang dilakukan pada perancangan identitas visual ini akan memalui beberapa macam dari mulai format desain, *layout* kemasan, pembuatan ilustrasi, pemilihan font hingga pemilihan warna yang digunakan. Semua hal tersebut akan dijabarkan sebagai berikut ini.

III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain potret, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo perusahaan, tipografi yang terdiri dari Tagline, informasi, menu resep, manfaat mengkonsumsi Tahu, dan lain sebagainya.

III.2.2 *Layout* Kemasan

Layout atau tata letak adalah merangkai unsur-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) menjadi susunan yang menyenangkan sehingga mencapai tujuan. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil mencolok dan memiliki kesan. Dimana secara keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang.



Gambar III.1 *Layout* Kemasan Nuget Tahu



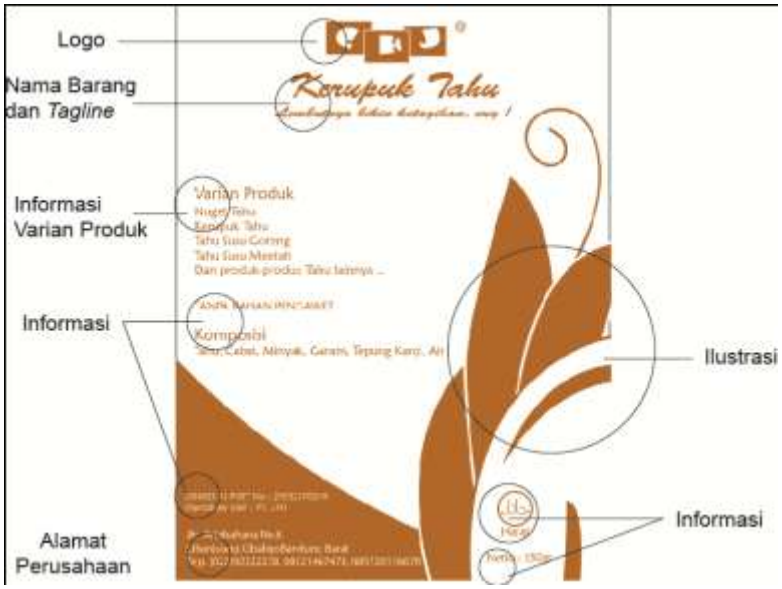
Gambar III.2 *Layout* Kemasan Tahu Goreng Susu (kertas)



Gambar III.3 *Layout* Kemasan Tahu Goreng Susu (Besek)



Gambar III.4 *Layout* Kemasan Tahu Goreng Susu (Dus)



Gambar III.5 *Layout* Kemasan Kerupuk Tahu (Plastik)



Gambar III.6 *Layout* Kemasan Tahu Susu Mentah (Plastik)

- Nama Barang/Produk

  Sebuah nama dari produk yang terdapat dalam kemasan. Nama produk disini akan selalu di sertai dengan Tagline yang berupa keunggulan produk CHJ. Agar konsumen akan selalu mengingat keunggulan dari Tahu CHJ.

- Logo dan Ilustrasi

  Logo dan Ilustrasi kecambah akan ditampilkan pada semua kemasan sebagai tanda kepemilikan dan identitas sebuah perusahaan.

- Informasi

  Informasi yang dicantumkan berupa alamat pembuatan produk, atau alamat perusahaan tersebut, komposisi produk, berat bersih produk dan juga informasi mengenai pihak-pihak terkait misalnya izin Dinas Kesehatan atau Departemen terkait.
- Informasi Varian Produk

  Informasi varian produk dicantumkan agar konsumen mengetahui varian produk apa saja yang diproduksi oleh pabrik CHJ.
- Nilai Gizi

  Salah satu hal yang penting agar konsumen mengetahui manfaat apa saja yang didapat bila ia mengkonsumsi Tahu CHJ ini.
- Peringatan

  Merupakan salah satu bagian yang terpenting dalam kemasan makanan, yaitu agar konsumen melakukan ketentuan-ketentuan tertentu sesuai dengan yang di perintahkan salah satunya yaitu peringatan tentang kapan sebaiknya produk di konsumsi.

III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan adalah huruf-huruf yang tidak terlalu tegas agar dapat merangkum semua kalangan selain itu dipilih huruf yang tidak terlalu tegas untuk menginformasikan bahwa Tahu CHJ ini memiliki karakteristik yang lembut. Huruf tersebut adalah

- Brush Script Std Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

- Maiandra GD

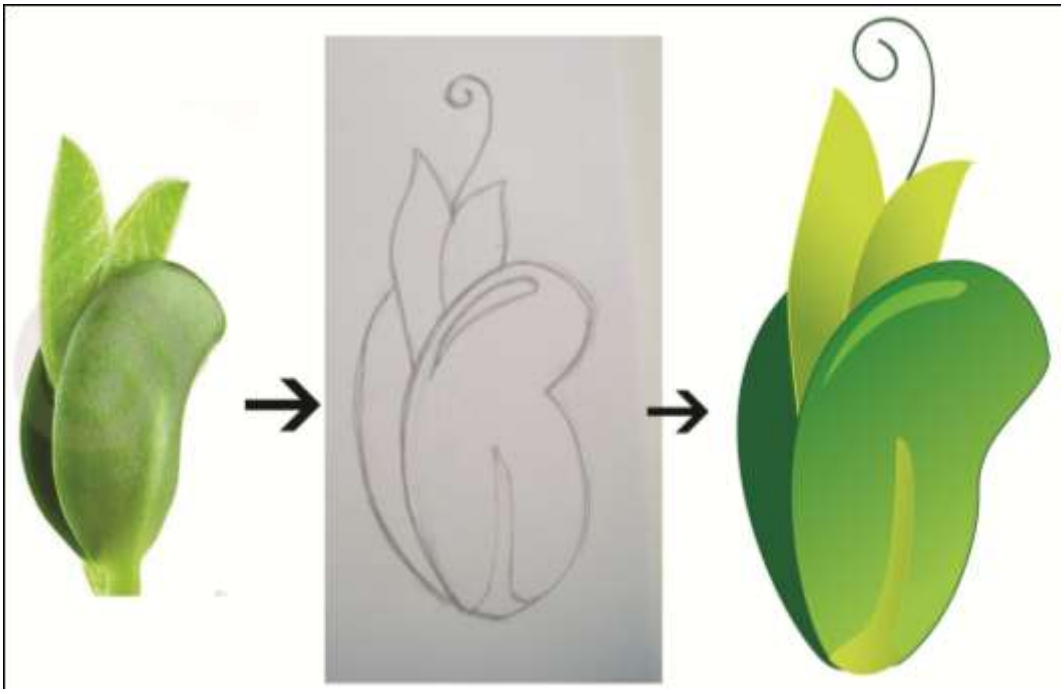
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi identitas yang digunakan disini adalah kecambah kacang kedelai. Membuat sebuah ilustrasi yang sederhana namun mengena dan dapat menyampaikan pesan tersirat pabrik CHJ.



Gambar III.7 Ilustrasi



Gambar III.8 Proses Pembuatan Ilustrasi

Identitas Tahu CHJ sendiri Melambangkan sebuah penyderhanaan gambar dari sebuah kecambah kacang kedelai yang sedang tumbuh dan berkembang yang berarti ingin menyampaikan bahwa pabrik Tahu CHJ adalah sebuah pabrik Tahu yang sedang tumbuh dan berkembang pula.

Ilustrasi kedelai yang berkecambah ini disederhanakan dari bentuk aslinya namun masih tetap tidak menghilangkan warna hijaunya yang berkesan segar. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kacang kedelai adalah bahan utama dalam semua pembuatan produknya sedangkan untuk warna hijau segar agar dapat mewakili lokasi CHJ berada yaitu daerah Cihanjuang yang bernuansa segar. Untuk bentuknya yang oval mengartikan bahwa kacang kedelai yang dipakai oleh CHJ adalah kacang kedelai berkualitas karena ciri dari bibit unggul sebuah kacang kedelai adalah berbentuk oval. Liukan kecambah yang ditambahkan diatas bermaksud menyampaikan keelokan dari para pegawai pabrik tahu CHJ yang selalu melayani konsumennya dengan ramah tamah.



Gambar III.9 *Background* atau latar belakang

Background atau latar belakang menggunakan bentuk persegi yang disusun secara acaka dengan ukuran yang berbeda-beda maksudya yaitu mewakili benntuk kotak dari Tahu itu sendiri sedangkan untuk bentuknya yang berbeda-beda bermaksud mengkomunikasikan Tahu Chj menjangkau semua kalangan. Selain bentuk kotak-kotak yang disusun secara acak latar belakang juga menggunakan warna bergradasi agar desain kemasan tidak terlihat kaku dan dapat mengkomunikasikan kelembutan dari tekstur Tahu unggulan CHJ.



Gambar III.10 ilustrasi aksen batas bawah

Ilustrasi aksen batas bawah dibuat melengkung agar terlihat lebih dinamis dan dapat menyatu dengan desain kemasan. Bentuk melengkung ini juga dipilih karena menyesuaikan bentuk ilustrasi kcang kedelai yang berbentuk oval atau melengkung sehingga dapat terbentuk desain yang lebih selaras. Pembuatan aksen batas bawah ini yait6u untuk sedikit mempertegas informasi yang akan di letakan di area ini hal tersebut juga memudahkan konsumen dalam melihat informasi yang ada diareanya.



Gambar III.11 Informasi

Ilustrasi informasi buanglah sampah pada tempatnya ini dibuat agar masyarakat atau konsumen diharapkan dapat membuang bekas kemasan ke tmpat sampah. Ilustrasi disini dibuat secara umum yaitu tidak memperlihatkan *gender* baik itu laki-laki ataupun perempuan dengan menggunakan *outline* yang didak lancip atau halus seperti tagline yaitu lembut. Untuk bentuk sampah yang dipegang berbentuk segitiga yang maksudnya adalah benda *recycle.* Untuk tempat sampahnya dibuat dalam ukuran besar dan kaku untuk mempertegas perintah pembuangan yang harus dilakukan ke tempat sampah.



Gambar III.12 Foto Tahu Susu Goreng

Untuk kemasan tahu goreng menggunakan foto Tahu yang tersaji dalam piring yang dilumuri saus kecap pedas agar konsumen tertarik dan dapat mengetahui produk yang ada dalam kemasan selain itu dalam foto ini alasnya ditaburi kacang kedelai dan disebelahnya diletakan semangkung susu murni cair. Hal tersebut untuk menyampaikan kepada konsumen bahwa bahan dasar dalam pembuatan tahu ini yaitu susu murni dan kacang kedelai.



Gambar III.13 Foto varian produk Tahu CHJ

Foto-foto ini akan digunakan pada spanduk, tujuannya agar konsumen dapat melihat secaca keseluruhan produk-produk yang diproduksi oleh pabrik Tahu CHJ ini. Foto tahu susu terletak ditengah sebagai focus penglihaan karena tahu susu goreng ini merupakan produk unggulan Pabrik Tahu CHJ dan merupakan produk yang paling digemari oleh konsumen. Untuk kerupk tahu diletakan menghimpit tahus susu goreng agar terlihat kerupuk tahu ini adalah produk yang tak kalah

enak yang harus para konsumen ketahui dan coba sama halnya seperti tahu susu dan nugget tahu, merupakan produk yang tak kalah enak disbanding tahu susu goreng.



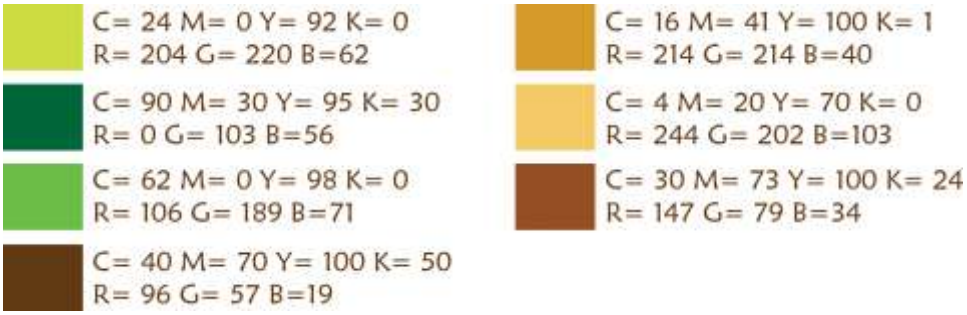
Gambar III.14 ilustrasi bendera pada xbanner

Ilustrasi bendera ini dibuat agar informasi pada X Banner tentang hadirnya kemasan baru dapat menarik perhatian konsumen yang datang berkunjung ke pabrik Tahu CHJ maka informasi ini pun akan dengan cepat menyebar dan melekat dibenak para konsumen. Bentuk bendera yang melipat-lipat dipilih karena bendera merupakan salah satu benda yang dihormati dan diperhatikan dan dengan lipatan yang seperti diatas menginformasikan bahwa muncul sesuatu yang baru.

III.2.6 Warna

Warna-warna yang akan digunakan pada perancangan desain kemasan ini yaitu warna-warna yang senada warna coklat untuk menciptakan kesan klasik pada kemasan dan dominasi warna Hijau untuk memberi kesan kesegaran. Selain itu alasan lain dari pemilihan warna coklat baik yang bergradasi ataupun tidak yaitu didasarkan pada warna kulit dari tahu susu goreng yang selalu menjadi andalan sedangkan untuk warna krem diambil dari bahan dasar tahu yaitu kacang kedelai. Untuk menyampaikai informasi bahwa Tahu CHJ menggunakan Susu Murni sebagai bahan dasar pembuatan produknya maka penggunaan warna putih untuk setiap nama produk. Untuk penggunaan warna hijau baik yang bergradasi dan tidak bergradasi dipilih berdasarkan warna kacang kedelai segar yang sedang tumbuh dan berkembang. Untuk warna yang kekeuningan yaitu warna tumbuhan kacang kedelai yang terkena sinar matahari sebagai salah satu proses pembentukan klorofil yang akan membantu menjaja kualitas kacang kedelai

kedepannya nanti. Selain itu warna kekuningan ini juga memiliki makna kilau atau masa depan yang cerah yang diharapkan dapat terjadi pada kelangsungan Tahu CHJ ini.



Gambar III.15 Warna