BAB I
PENDAHULUAN

I.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 tahu. Tahu adalah makanan yang berbahan dasar kacang kedelai, tahu menjadi salah satu makanan keseharian bangsa Indonesia selain karena rasanya yang enak, kaya akan protein dan harga yang terjangkau. Ini menjadikan tahu sebagai makanan yang tak asing bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Tahu pun banyak macamnya, seperti ; Tahu Bulat, Tahu Kuning, Tahu Sumedang, Tahu Pong, Tahu Susu, dan masih banyak lagi jenis tahu lainnya. Banyak juga produsen tahu yang terkenal di Bandung seperti; Tahu Yun Yi, Tahu Talaga, Tahu Lembang, Tahu Tauhid, Tahu Cibuntu, Tahu Sumedang dan Tahu Cihanjuang CHJ.

Tahu Cihanjuang CHJ adalah sebuah pabrik Tahu susu yang berdiri sejak bulan April tahun 2010, pabrik ini didirikan oleh Asep Muhammad Mulyana. Nama CHJ diambil dari nama kota Cihanjuang yaitu nama lokasi pabrik tahu itu didirikan tepatnya di Jl. Artabahana No.6 Rt.08 Rw.01 Cihanjuang Cibaligo. Sebelum memproduksi Tahu Susu Cihanjuang CHJ, Asep M Mulyana sudah memproduksi tahu sejenis tahu Cibuntu dengan lebel AMH namun karena tahu sejenis ini sudah banyak beredar di pasaran pemilik mulai berinovasi membuat Tahu Susu dengan memberi lebel baru yaitu Tahu Cihanjuang CHJ. Tahu Cihanjuang CHJ ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas dan tak jarang dijadikan buah tangan khas Bandung. Setiap produk Tahu Cihanjuang CHJ memiliki kemasan yang berbeda-beda sesuai dengan fungsinya, contohnya kemasan tahu susu mentah terbuat dari plastik berbahan mika sedangkan untuk tahu susu gorengnya menggunakan kemasan berbahan dasar bambu dan untuk kemasan lainnya menggunakan plastik. Adapun produk-produk yang diproduksi

oleh pabrik Tahu Cihanjuang CHJ diantaranya ; Tahu Susu Mentah, Tahu Susu Goreng, Nuget Tahu dan Kerupuk Tahu, dan lain sebagainya.



Gambar I.1 Kemasan Produk Tahu Cihanjuang CHJ
Sumber : Dokumen pribadi

Idealnya sebuah pabrik Tahu Cihanjuang CHJ memiliki 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 serta memiliki nilai ergonomis. Kemasan memiliki pengaruh dalam pencitraan makanan yang dikemasnya yang secara tidak langsung dapat mengkomunikasikan apa yang terdapat didalamanya, seperti rasa maupun tekstur yang dikomunikasikan melaui 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 selain CHJ dan setiap produk Tahu Cihanjuang CHJ harus saling memiliki keterkaitan antara produk yang satu dengan produk lainnya agar konsumen langsung mengetahui bawha suatu produk bearsal dari pabrik CHJ hanya dengan melihat kemasannya saja.

Tahu CHJ memiliki kemasan sama halnya dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama, namun menurut beberapa konsumen kemasan

Tahu CHJ memiiki 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 Tahu CHJ. Selain itu spesifikasi dan varian produk CHJ tidak dicantumkan pada setiap kemasan sehingga konsumen menjadi kurang menyadari Tahu Cihajnuang CHJ memiliki bermacam-macam varian Tahu. Ada beberapa kemasan Tahu yang tidak terlalu tertutup rapat, sehingga menyebabkan air yang terdapat didalamnya sering tumpah. Tahu Susu Cihanjuang CHJ memiliki keunggulan sebagai Tahu yang padat namun lembut saat dimakan, hal itu tidak tersampaikan pada kemasaanya padahal hal tersebut adalah sesuatu yang memberi nilai jual produknya. Tahu Cihanjuang CHJ terus mengalami peningkatan dalam penjualannya, maka tidak ada salahnya memperbaharui kemasan yang sudah ada sekarang. Karena kemasan memenag perlu untuk diperbaharui untuk menjadi lebih baik. Tahu CHJ ini berencana akan membuat supermarket Tahu yang akan berlokasi di Jln. Sariwangi, hal ini tentu sangat mendukung adanya perubahan kemasan karena sebuah kemasan yang akan dipajang layaknya disupermarket memiliki ketentutan-ketentuan tersendiri.

Dengan permasalahan yang ada itu, perlu adanya perancangan ulang identitas produk pada kemasan, tanpa menghilangkan keseluruhan dari image pabrik Tahu Cihanjuang CHJ yang sudah ada pada benak masyarakat.

I.2 Identifikasi Masalah

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

- Desain kemasan kurang menarik dan tidak mempunyai ciri khas.
- Aplikasi identitas perusahaan tidak konsisten pada beberapa kemasan contohnya identitas pada Tahu Bulat berbeda dengan identitas pada Tahu Susu.
- Pada desain kemasan tidak mengkomunikasikan keunggulan produk.
- Kurang tersampaikannya varian produk Tahu CHJ pada konsumen.
- Kemasan Tahu Susu Mentah kurang tertutup rapat sehinnga air yang terdapat dalam kemasan sering tercecer.

- Pembaharuan Kemasan untuk peningkatan penjualan terhadap Pabrik Tahu CHJ yang masih dalam tahap usia perkembangan.

I.3 Fokus Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam Fokus Masalah yaitu:

"Bagaimana merancang sebuah media identitas produk terkait kemasan yang informatif dan memaksimalkan fungsi kemasan serta membuat aturan dan panduan yang jelas agar identitas Tahu Cihanjuang CHJ terbentuk dengan baik dan dapat memberi pengaruh positif kepada perusahaan".

I.4 Tujuan 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.