

## PERANCANGAN KEMASAN TAPE KETAN SARI ASIH KABUPATEN KUNINGAN

### *[Designing of packaging Tape Ketan Sari Asih Of Kuningan District]*

Sihabuddin<sup>1)</sup>, Siti Desintha<sup>1,2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

[sihabuddin22@gmail.com](mailto:sihabuddin22@gmail.com) <sup>1)</sup>, [desintha@telkomuniversity.ac.id](mailto:desintha@telkomuniversity.ac.id) <sup>2)</sup>

#### ABSTRACT

Kuningan District is the largest producer of Glutinous Tape in Indonesia, its characteristic is from the taste that produced from guava leaves that has been boiled as a wrap for Glutinous Tape. Sari Asih SME is the main founder that manufactures and sells the Glutinous Tape of Kuningan. The packaging used by Sari Asih is a black bucket containing 100 packs of Glutinous Tape. But Sari Asih's production has reducing nowadays, where Sari Asih used to produce one ton in each shipment, now only one quintal is available in one production, because there are a lot of competitors that produce the same product in Kuningan District, it was also desirable due to the lack of attractiveness of the packaging, of course the packaging that used is less practical and doesn't have any visuals that reflect the area yet. Therefore, to increase the interest of teenagers who can increase the sales of Sari Asih, they need to be renew in terms of packaging and visuals. In order to get accurate field data from the problem, author used qualitative methods related to observation, interviews and literature. The analytical method used is the SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treatments). The results that expected from the renewal of Sari Asih packaging are to increase the interest of teenagers who provide in the consumption of Glutinous Tape and increase the sales of Sari Asih.

**Keywords:** Packaging, Sari Asih, Glutinous Tape, Kuningan

#### ABSTRAK

Kabupaten Kuningan adalah penghasil Tape Ketan terbanyak di Indonesia, ciri khasnya ialah cita rasa yang dihasilkan dari daun jambu air yang telah direbus sebagai pembungkus Tape Ketan. Sari Asih adalah UKM pencetus utama yang memproduksi dan memasarkan Tape Ketan Kuningan. Kemasan yang digunakan oleh Sari Asih yaitu ember hitam berisikan 100 bungkus Tape Ketan, kini Sari Asih mengalami penurunan produksi, dimana dulu Sari Asih dalam memproduksinya mencapai satu ton di setiap harinya, kini hanya beberapa kuintal saja dalam satu kali produksi, akibat banyaknya pesaing dalam memproduksi Tape Ketan yang sama di Kabupaten Kuningan, juga minat remaja yang menurun disebabkan kurang adanya daya tarik dari segi kemasan, tentunya kemasan yang digunakan ialah kurang praktis dan belum terdapat unsur visual yang mencerminkan daerah tersebut. Oleh sebab itu, untuk bertambahnya minat remaja yang dapat meningkatkan penjualan Sari Asih perlu pembaharuan dari segi kemasan dan visualnya. Penulis untuk mendapatkan data lapangan yang akurat dari permasalahan tersebut, maka digunakan metode kualitatif yang berupa pendekatan melalui observasi, wawancara serta studi pustaka. Begitu pula metode analisis yang digunakan ialah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*). Adapun hasil yang diharapkan dari pembaharuan kemasan Sari Asih, dapat menambah minat remaja yang memudahkan dalam mengkonsumsi Tape Ketan serta meningkatkan penjualan Sari Asih.

**Kata kunci:** Kemasan, Sari Asih, Tape Ketan, Kuningan

## 1. Pendahuluan

Peuyeum/Tape Ketan adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari bahan ketan yang diolah secara fermentasi. Dalam proses fermentasi tape ketan tahap persiapan (pencucian, pemasakan dan pendinginan), pengerjaan, dan fermentasi (pemanasan, inokulasi dengan ragi, dan inkubasi) merupakan tahap yang berpengaruh penting untuk menghasilkan tape ketan dengan mutu baik<sup>1</sup>.

Kabupaten Kuningan adalah salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Barat, Kab. Kuningan sendiri adalah penghasil Tape Ketan terbanyak di Indonesia, dibuktikan dengan adanya pemecahan rekor muri Tape Ketan Kuningan sepanjang 1000 meter, "Tape ketan khas Kuningan memecahkan rekor dunia sebagai tape ketan terpanjang dari Record Holder Republic (RHR), tape sepanjang 1000 meter itu disusun diatas bambu sepanjang seribu meter dari UKM peuyeum kuningan sebanyak 15 pengusaha yang ikut berkontribusi"<sup>2</sup>.

*Central* usaha Tape Ketan Kuningan berada di Desa Tarikolot Kec. Cibeureum Kab. Kuningan, menurut Ibu Pantika Rahayu salah satu pelaku usaha Tape Ketan dari Desa tersebut mengatakan bahwa "Tape Ketan Kuningan sudah ada keberadaannya sejak tahun 1982 dan diresmikan dengan terdaftar di dinas perdagangan pada tahun 1984, bermula dari sekumpulan Ibu-ibu yang di pimpin oleh Ibu yayat untuk membuat hidangan bagi tamu khusus dari kota, kemudian lahirlah ide sebuah makanan untuk dijadikan hidangan tersebut yaitu Tape Ketan, Tape Ketan Kuningan sendiri dibungkus dengan menggunakan daun jambu air, alasannya yaitu daun jambu air memiliki aroma wangi yang mengikat pada Tape Ketan dibandingkan dengan dibungkus menggunakan daun pisang seperti di Daerah lain, maka digunakanlah daun jambu air tersebut untuk membungkus Tape Ketan agar memiliki cita rasa yang berbeda dengan Tape Ketan yang dibuat di Daerah lain."<sup>3</sup>

Oleh sebab itu kemasan Tape Ketan yang dijual oleh Sari Asih, belum memiliki unsur visual dan penggunaan kemasan yang menjadi daya tarik tersendiri, disamping itu menurut beberapa remaja di Kab. Kuningan mengatakan bahwa, "kemasan Tape Ketan belum memiliki inovasi baru yang lebih praktis dan kreatif untuk menjadi nilai daya tarik bagi remaja, dan yang terpenting tidak mengganggu dari resapan air Tape Ketan ketika dikonsumsi."<sup>4</sup> Oleh karena itu tidak sedikit pula remaja yang enggan untuk membeli langsung Tape Ketan karena jumlahnya yang cukup banyak, salah satu faktor yang sudah tadi di jelaskan. Disamping itu juga, Sari Asih adalah pencetus utama yang memproduksi Tape Ketan dan memasarkannya kepada khalayak umum. Akan tetapi kini dalam usahanya terdapat penurunan produksi, yang dimana dulu saat memproduksi Tape Ketan mencapai 1 ton dalam sehari, salah satu faktor yang mempengaruhinya ialah persaingan ketat yang memproduksi Tape Ketan semakin banyak, kini hanya mencapai beberapa kuintal saja dalam sekali produksi.

Melihat dari permasalahan diatas, dalam pemecahan masalahnya ialah penulis merancang sebuah kemasan yang lebih praktis dan mudah dibawa saat beraktivitas kalaupun, serta dengan sentuhan unsur grafis yang mencerminkan produk dari daerah Kab. Kuningan. Dengan adanya inovasi kemasan yang lebih praktis ini dapat meningkatkan jumlah penjualan oleh Sari Asih, juga dapat meningkatkan *awarness* terhadap remaja untuk mencintai produk lokal khususnya Tape Ketan.

---

<sup>1</sup> Hidayat, dkk. (2006). Mikrobiologi Industri. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

<sup>2</sup> Masitoh Siti, 2018. Tape Ketan Terpanjang Pecahkan Rekor [Online]. Tersedia:

<http://jabar.tribunnews.com/2018/09/02/tape-ketan-terpanjang-pecahkan-rekor-dunia> Pada Tanggal, 21 Februari 2019 Pukul 15:25

<sup>3</sup> Wawancara kepada pengelola sekaligus pemilik generasi kedua usaha peuyeum ketan Sari Asih Ibu Pantika Rahayu yang diawali oleh orang tuanya yang bernama Ibu yayat di Desa Tarikolot Kec. Cibeureum Kab. Kuningan.

<sup>4</sup> Wawancara kepada khalayak sasaran remaja di Kab. Kuningan



**Gambar 1 Kemasan Tape Ketan Sari Asih Kab. Kuningan**

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## **2. Dasar Pemikiran**

### **2.1 Perancangan**

Menurut Yuniarti, I., Maulana, S., & Desintha, S. (2015). Perancangan dalam Desain Komunikasi Visual adalah suatu proses memproduksi desain/rancangan yang dimana dalam proses tersebut adalah menggunakan bahasa rupa sehingga mampu menyampaikan pesan melalui media (desain) yang bertujuan untuk menginformasikan, mempersuasi (merayu), mempengaruhi, hingga mengubah perilaku sasaran sesuai yang diinginkan.

### **2.2 Definisi dan Fungsi Kemasan**

Menurut Sri Julianti (2014:15) Kemasan adalah tempat penyimpanan sebuah produk yang dapat meningkatkan suatu nilai dan fungsi dari produk itu sendiri. suatu fungsi kemasan dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Melindungi kualitas produk yang ada di dalamnya
2. Menjaga ketahanan produk agar lebih tahan lama
3. Sebagai sarana komunikasi produk dan pemerekan kepada konsumen
4. Memudahkan proses pendistribusian produk mulai dari produsen hingga ke tangan konsumen
5. Agar produk bisa diproduksi secara massal (dalam jumlah banyak)
6. Sebagai pemicu minat beli khalayak sasaran dengan merangsang panca indera konsumen yaitu dengan melihat, membau, meraba, merasam, mendengar, hingga timbullah adanya keputusan membeli sampai menggunakan produk.

Salah satu fungsi strategis kemasan yaitu mampu memberikan positioning baru serta daya ungkit bagi sebuah produk.

### **2.3 Desain Komunikasi Visual**

Sedangkan menurut Tinarbuko (2015:5), desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari dari bagian seni terap tentang perencanaan dan perancangan dari berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Tahapan pertama yang diawali dengan mencari permasalahan komunikasi visual serta mencari data verbal dan visual, kemudian menyusun konsep kreatif yang mengacu sesuai dengan target sasaran hingga penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, dan komunikatif.

## 2.4 Tipografi

Menurut kusrianto (2007: 190) tipografi merupakan seni menyusun huruf yang merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat sehingga pembaca mudah dan nyaman untuk membacanya.

Adapun tiga jenis huruf yang sering digunakan oleh desainer dalam penggunaannya:

1. Serif
2. Sans Serif
3. Script

## 2.5 Warna

Menurut Supriyono (2010:70). Warna merupakan bagian yang penting dalam suatu desain, desain akan memiliki nilai lebih jika menggunakan warna yang berkualitas.

Serta menurut Brewster (dalam Wibowo, 2015:151-154) warna dikelompokkan menjadi empat kategori. Kelompok warna tersebut yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Berikut merupakan pembagian warna dalam teori Brewster.

## 3. Konsep dan Hasil Perancangan

### 3.1 Konsep Pesan

Di dalam perancangan, tentu ada suatu pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Pesan utama yang akan disampaikan melalui perancangan kemasan Tape Ketan Sari Asih khas Kab. Kuningan, sebagai destinasi wisata kuliner yang dibuat lebih praktis, mudah saat dibawa kemanapun, cepat saat akan dikonsumsi dan tentunya ringkas waktu yang tidak perlu menuangkan terlebih dahulu Tape Ketan kedalam piring atau ke tempat lain seperti dalam kemasan ember sebelumnya. Dengan tidak menghilangkan cita rasa pada Tape Ketan khas Kab. Kuningan, dalam perancangan kemasan ini tetap diperlukan bahan alami dari alam yaitu daun jambu air, yang menjadi wadah didalam perancangan kemasan ini untuk menjaga kenaturalan dari Tape Ketan itu sendiri. Selain itu pesan *tagline* yang disampaikan dari “Haneut Di Patuangan” dengan menggunakan Bahasa Sunda yang menjadi bahasa keseharian dari masyarakat Kab. Kuningan, yang artinya dalam Bahasa Indonesia yaitu Hangat Di Perut, dimana produk Tape Ketan hasil fermentasi akan menghasilkan sensasi hangat di dalam perut. Serta penyampaian pesan informasi pada semua media digunakan dua bahasa, yang utama yaitu bahasa sunda, bahasa tersebut digunakan sebagai yang utama bertujuan untuk mengenalkan budaya sunda, serta penggunaan bahasanya yang mudah dipahami dan yang sering digunakan oleh para remaja, kedua menggunakan bahasa Indonesia sebagai penerjemah dari pesan yang disampaikan menggunakan bahasa Sunda.

### 3.2 Konsep Kreatif

konsep kreatif dibutuhkan untuk menyampaikan konsep pesan dengan efektif, oleh karena itu dalam perancangan kemasan ini memerlukan beberapa elemen yang salah satunya dapat mencerminkan identitas Kab. Kuningan, diantaranya terdiri dari beberapa unsur visual seperti ilustrasi wisata alam, ini merujuk pada data lapangan yang menyatakan beberapa masyarakat Kab. Kuningan lebih menyukai destinasi wisata alam, serta icon lain yang memiliki citra kuat dari identitas Kab. Kuningan itu sendiri seperti tugu kuda jengke (jingkrak). Selain itu memunculkan ilustrasi Tape Ketan untuk memberikan nilai yang kuat bahwa produk tersebut adalah Tape Ketan. Dimana unsur visual tersebut akan diwujudkan kedalam desain *Surface* kemasan Tape ketan primer, sekunder serta media pendukung lainnya.

Dalam perancangan ini penulis menggunakan nama Tatan sebagai nama produk, Tatan sendiri diambil dari kata Tape Ketan Khas Kabupaten Kuningan. Pada intinya dinamai tatan ialah singkat, mudah diingat bagi khalayak sasaran.

### 3.3 Konsep Media

Khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah remaja di Kab. Kuningan dengan rentang usia 18-22 tahun. Maka konsep media ini menyesuaikan dengan khalayak sasaran. Dalam perancangan medianya dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung, dari media pendukung sendiri dikategorikan lagi menjadi dua yaitu media pendukung utama dan media pendukung kedua, dimana masing-masingnya memiliki tujuan yg berbeda.

### 3.4 Konsep Visual

Konsep visual yang diterapkan pada media utama dan media pendukung diantaranya beberapa elemen ikon dari Kabupaten Kuningan seperti patung kuda jengke (jingkrak) dan gunung ciremai sebagai cermin produk dari daerah tersebut. Selain itu visual tape ketan dan daun jambu air untuk memperkuat penglihatan konsumen agar mudah mengenali bahwa produk tersebut ialah tape ketan.

### 3.5 Konsep Bisnis

Untuk perancangan konsep bisnis sendiri akan bekerja sama dengan UKM Sari asih, dimana UKM tersebut sebagai pencetus utama dari produk Tape Ketan di Kabupaten Kuningan. Dalam perancangan tersebut ditentukan besaran biaya produksi mulai dari produk, kemasan dan media promosi sebagai sarana untuk menyebar luaskan informasi penjualan TATAN.

### 3.6 Hasil Media Utama

#### Struktur dan Surface



Gambar 2 Surface Kemasan TATAN

(Sumber: Sihabuddin, 2019)



Gambar 3 Struktur Kemasan TATAN

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

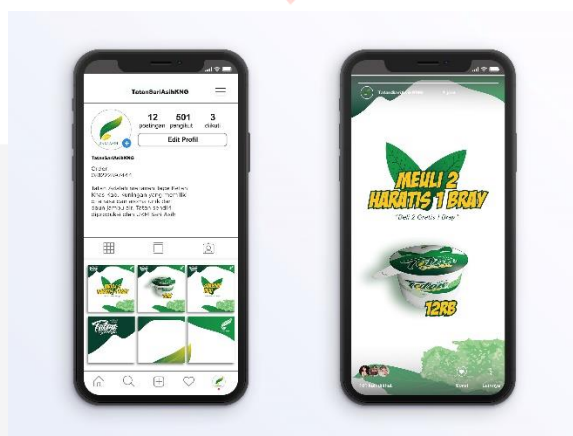


**Gambar 4 Struktur Kemasan TATAN**

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

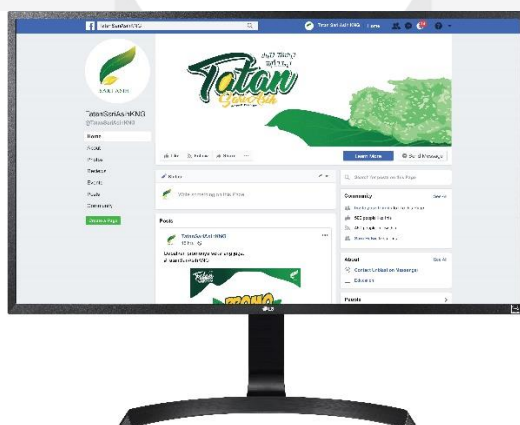
### 3.7 Hasil Media Pendukung

#### 1. Media Sosial



**Gambar 5 Konten di Instagram**

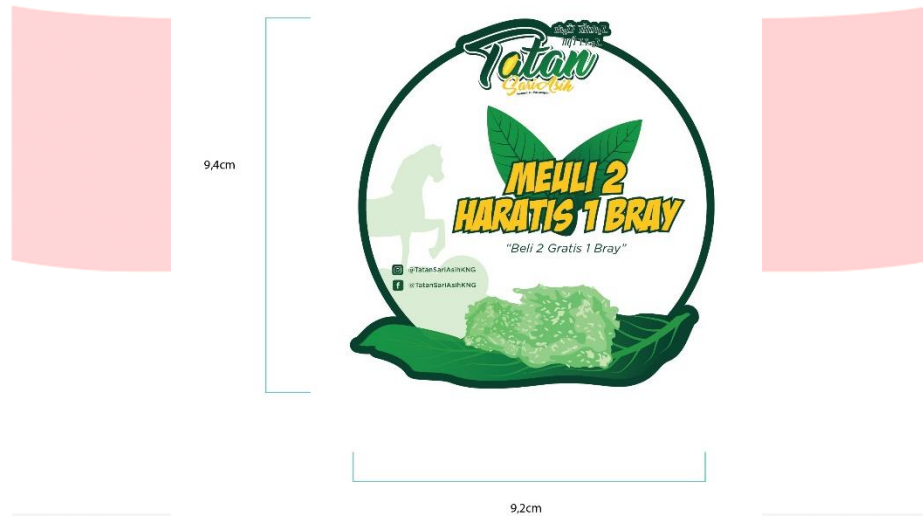
(Sumber: Sihabuddin, 2019)



**Gambar 6 Konten di Facebook**

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## 2. Wobbler



Gambar 7 Desain Wobbler  
(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## 3. Poster



Gambar 8 Desain Poster  
(Sumber: Sihabuddin, 2019)

#### 4. X\_Banner



Gambar 9 Desain X\_Banner

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

#### 5. Hanging Banner



Gambar 10 Desain Hanging Banner

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## 6. Banner Garland



Gambar 11 Desain Banner Garland

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## 7. Stiker



Gambar 12 Desain Stiker

(Sumber: Sihabuddin, 2019)

## 4. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

Sari Asih adalah pencetus utama yang memproduksi Tape Ketan di Kabupaten Kuningan, dimana kuliner tersebut memiliki identitas rasa tersendiri dari aroma daun jambu air. Namun kini terdapat penurunan minat remaja terhadap kuliner tersebut, dengan adanya pembaharuan kemasan untuk UKM Sari Asih, diharapkan dapat memudahkan remaja untuk mengkonsumsi kuliner tersebut, sehingga bisa meningkatkan penjualan bagi UKM Sari Asih.

Perancangan kemasan ini dibuat untuk menambah minat remaja yang memberikan fungsi kemudahan dalam mengkonsumsinya, adapun pembaharuan kemasan tersebut antara lain tidak meninggalkan dari identitas cita rasa dari Tape Ketan tersebut, serta memunculkan unsur visual dari identitas Kabupaten Kuningan untuk memperkuat bahwa produknya dari daerah tersebut.

## 2. Saran

Dari hasil kesimpulan, penulis menyampaikan beberapa saran berdasarkan dari hasil proses perancangan tugas akhir ini diantaranya ialah:

1. Dalam perancangan kemasan tentu tidak mengutamakan dari visualnya, melainkan dari fungsi dan inovasi yang dapat memberikan pengaruh besar bagi khalayak sasaran, terutama untuk meningkatkan penjualan bagi UKM tersebut.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat fokus terhadap objek yang diteliti.

## Daftar Pustaka:

- Adi Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hidayat, dkk. (2006). *Mikrobiologi Industri*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Julianti, Sri. (2014). *The Art Of Packaging*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual, Dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung : Dinamika Komunika.
- Supriyono, Rahmat. (2010) *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Global*, CAPS: Yogyakarta
- Yuniarti, I., Maulana, S., & Desintha, S. (2015). Perancangan Buku Panduan Mengkonsumsi Kulit Buah Jeruk Keprok Untuk Usia 9-10 Tahun. *eProceedings of Art & Design*, 2(3)

## Sumber Lain

- Masitoh Siti, (2018). *Tape Ketan Terpanjang Pecahkan Rekor* [Online]. Tersedia: <http://jabar.tribunnews.com/2018/09/02/tape-ketan-terpanjang-pecahkan-rekor-dunia> Pada Tanggal, 21 Februari 2019 Pukul 15:25