

ABSTRAK

Desain kemasan tidak hanya berperan melindungi produk, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Nilai moral dan budaya merupakan bagian penting dalam membentuk karakter individu dan masyarakat. Namun, penyampaianya sering kali belum menarik. Di sisi lain, kemasan produk, yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen, memiliki potensi besar sebagai media inovatif untuk menyampaikan nilai-nilai tersebut. Sayangnya, banyak desain kemasan yang belum memaksimalkan fungsi dan potensi komunikatifnya, terutama pada produk tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan produk Ali Agrem dengan pendekatan storytelling berbasis nilai-nilai budaya dan moral Sunda yang diambil dari asal-usul Ali Agrem. Metode penelitian yang digunakan mengacu pada penelitian kualitatif. Hasil perancangan berupa kemasan satuan plastik untuk ali agrem dan dikemas menggunakan kemasan berbentuk segitiga dari kertas ivory yang memuat sepuluh buah Ali Agrem. Kemasan ini mengadaptasi filosofi tritangtu dan naskah Sanghyang Siksakandang Karesian sebagai dasar bentuk dan pesan filosofis Sunda dalam kemasan. Hal ini diharapkan dapat memperkuat posisi Ali Agrem sebagai produk UMKM yang tidak hanya menjual rasa, tetapi juga membawa pesan budaya yang mendalam.

Kata kunci: Desain Kemasan, Storytelling, Ali Agrem, Nilai Budaya, Nilai Moral