

Kajian Kemasan Tape Ketan sebagai Identitas Khas Kuningan Jawa Barat (Studi Kasus: Merek Harum Sari)

Yayah Rukiah

ya2hrukiah@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI

ABSTRACT

MEA (ASEAN Economic Community) entered into Indonesia in 2016. One of the industries that is the pillar of the populist economy is UMKM industry. This industry goes into culinary Enterprises. Culinary business that enter into the group of SMEs among them is Tape Ketan Business which is generally produced by home industry. This research method is a critical study on the circulation of design work in the form of packaging design and plastic content of glutinous tape product typical of Kuningan brand Harum Sari. Typical glutinous tape is packed in a unique way. Although actually not much different, the uniqueness is there because the tape is packed in a bucket and the content of plastic contained therein endanger health. But the black bucket will not be replaced and still be used because this is typical of typical sticky tape packaging of Kuningan Regency of West Java.

Keywords: *Packaging sticky tape, Identity, Plastic.*

ABSTRAK

MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) masuk ke Indonesia tahun 2016. Salah satu industri yang merupakan pilar ekonomi kerakyatan adalah industri UMKM. Industri ini masuk ke dalam Usaha kuliner. Usaha kuliner yang masuk kedalam kelompok UMKM di antaranya adalah Usaha Tape Ketan yang pada umumnya diproduksi oleh home industry. Metode penelitian ini merupakan kajian kritis atas beredarnya karya desain berupa desain kemasan dan kandungan plastik produk tape ketan khas Kuningan merek Harum Sari. Tape ketan khas kuningan memang dikemas dengan cara yang unik. Walau sebenarnya tidak jauh berbeda, keunikan itu ada karena tape dikemas dalam ember dan kandungan plastik yang terkandung didalamnya membahayakan kesehatan. Tetapi ember hitam tidak akan diganti dan tetap digunakan karena ini merupakan ciri khas kemasan tape ketan khas Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Kata Kunci: Kemasan Tape Ketan, Identitas, Plastik

1. PENDAHULUAN

Sebagian besar penelitian mengenai desain, bertujuan untuk mengevaluasi desain yang ada dan mengembangkan desain yang lebih baik lagi untuk penggunaannya. Salah satu bidang ilmu yang beriringan dengan Desain Komunikasi Visual yakni bidang ekonomi dan bisnis dimana Desain Komunikasi Visual memiliki peranan penting desain kemasan dan pemasaran produk.

MEA dibentuk dengan tujuan untuk mencapai kesempurnaan integrasi ekonomi di kawasan ASEAN yang diyakini dapat memberikan manfaat nyata bagi seluruh elemen masyarakat. Esensinya MEA dirancang untuk meningkatkan daya saing ASEAN dalam menjawab semakin ketatnya persaingan global. "Semua persaingan itu mempunyai tiga aspek, yakni mana yang lebih baik, lebih cepat, lebih murah. Apabila kita lebih baik, tentu kita menjadi pemenang. Namun, itu saja tidak cukup, harus lebih murah dan lebih cepat," kata Wapres Jusuf Kalla saat membuka *ASEAN Summit for State-owned Enterprises and Media (ASSOEM)* dan Kongres XXIV Serikat Perusahaan Pers (SPS) di Batam, pada tanggal 6 Februari 2015 (Masyarakat Asean. 2015:9).

MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) masuk ke Indonesia tahun 2016. Itu artinya persaingan bisnis semakin tinggi karena akan banyaknya produk dari negara ASEAN yang akan beredar bebas di Indonesia. Komunitas MEA akan diarahkan pada pembentukan sebuah integrasi ekonomi kawasan yang salah satunya dengan meningkatkan daya saing sektor UMKM (sumber: Depkop.go.id,

diakses pada 19 April 2017).

Salah satu industri yang merupakan pilar ekonomi kerakyatan adalah industri UMKM. Industri ini masuk ke dalam Usaha kuliner. Usaha kuliner yang masuk kedalam kelompok UMKM di antaranya adalah Usaha Tape Ketan yang pada umumnya diproduksi oleh *home industry*. Dalam usaha ini secara umum masih bersifat manual dan lebih menonjolkan keunikan lokal, yang mengandung pengertian bahwa produk tersebut merupakan sebuah ciri khas suatu daerah di Indonesia. Jenis usaha ini merupakan usaha kecil menengah yang tidak terlepas dari kondisi persaingan dalam pemasaran. Sehingga perusahaan harus cermat dalam memasarkan produk-produknya.

Tape ketan salah satu olahan makanan tradisional dari Kabupaten Kuningan Jawa Barat dengan berbagai macam merek, yang terbuat dari beras ketan dibungkus atau dikemas menggunakan daun jambu untuk kemasan dalamnya. Sedangkan untuk wadah atau kemasan luar tape ketan ini menggunakan ember plastik kecil berwarna hitam. Di sentra oleh-oleh daerah Cijoho Kabupaten Kuningan banyak terdapat tape ketan dengan berbagai merek, dan visual branding tiap merek sangat sederhana. Di salah satu sisi ember plastik terdapat merek dari produk tape tersebut, merek ini hanya berbentuk *logo type*. Untuk printing merek menggunakan material kertas HVS. Untuk penelitian ini peneliti mengambil salah satu merek yaitu Harum Sari yang berlokasi di Desa Cibeureum.

Dari sisi *food safety* kemasan makanan

bukan sekedar bungkus tetapi juga sebagai pelindung agar makanan aman dikonsumsi. Kemasan pada makanan juga mempunyai fungsi kesehatan, pengawetan, kemudahan, penyeragaman, promosi dan informasi. Kemasan yang paling sering kita jumpai saat ini adalah plastik dan *styrofoam*. Plastik telah merupakan bagian kehidupan sehari-hari manusia.

Dalam dua dasawarsa terakhir, kemasan plastik telah merebut pangsa pasar kemasan dunia, menggantikan kemasan kaleng dan gelas. Kemasan plastik sudah mendominasi industri makanan di Indonesia dan kemasan luwes (fleksibel) menempati porsi 80%. Jumlah plastik yang digunakan untuk mengemas, menyimpan dan membungkus makanan mencapai 53% khusus untuk kemasan luwes, sedangkan kemasan kaku sudah mulai banyak digunakan untuk minuman (Sulchan dan Nur, 2007: 55).

Kemasan menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, banyak kemasan produk UKM yang tidak standar, seperti tidak memenuhi aspek estetika atau keindahan, ergonomis atau mudah dipegang, dan faktor keamanan produk. Kemasan produk makanan UKM masih banyak dibuat apa adanya, tidak ringkas, dan kadang berbahaya dari segi kesehatan karena menggunakan bahan kimia (Dameria, 2014: 156).

Desain adalah fisik suatu merek yang pertama kali bertemu langsung dengan konsumen. Desain kemasan selain mempunyai fungsi utama sebagai

pelindung juga mempunyai fungsi sebagai alat pemasaran dan identitas. Harum Sari merupakan merek salah satu olahan tape ketan khas Kuningan seharusnya lebih dikenal sebagai produk unggulan Kuningan. Pengenalan terhadap suatu produk merupakan bagian dari branding yaitu sebuah proses membangun kesadaran merek dengan tujuan membangun loyalitas pelanggan. Kemasan luar tape ketan Harum Sari menggunakan ember plastik kecil berwarna hitam yang mengandung zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan. Fenomena yang ditemukan menjadi ketertarikan untuk diteliti lebih lanjut mengenai kemasan dan visual *branding* merek Harum Sari produk olahan tape ketan khas Kuningan Jawa Barat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan lebih difokuskan pada kajian kemasan tape ketan merek Harum Sari yang termasuk dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Tape ketan khas Kuningan Jawa Barat ini termasuk salah satu makanan yang terkenal dan menjadi oleh-oleh ciri khas dari Kabupaten Kuningan Jawa Barat, serta dengan menggunakan kemasan luar berbentuk ember dan kemasan dalam yang terbuat dari daun jambu. Objek penelitian ini adalah kemasan.

Menurut Amri (2016:107) bahwa ada dua pola penelitian seni dan desain yaitu yang bersifat pengkajian, penciptaan atau melibatkan keduanya yaitu pengkajian dan penciptaan (*mixed*). Dalam penelitian pengkajian karya dijelaskan bahwa ada 2

model pengkajian karya, kajian kritis atas beredarnya produk atau karya desain dan kajian pendalaman atas keberadaan produk yang belum pernah diungkap atau dibahas sebelumnya (Amri, 2016:108). Berdasarkan itu, penelitian ini merupakan kajian kritis atas beredarnya karya desain berupa desain kemasan dan kandungan plastik pada produk tape ketan khas Kuningan merek Harum Sari.

3. PEMBAHASAN

Menurut Cenadi (1999), kemasan telah dikenal sejak zaman manusia purba. Orang-orang primitif menggunakan kulit binatang dan keranjang rumput untuk mewartahi buah-buahan yang dipungut dari hutan.

Budaya kemasan sebenarnya telah dimulai sejak manusia mengenal sistem penyimpanan bahan makanan. Ragam kemasan makanan tradisional yang sering dijumpai seperti kemasan dengan menggunakan daun pisang, kulit jagung dan sebagainya. Selama berabad-abad, fungsi sebuah kemasan hanyalah sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa. Seiring dengan perkembangan jaman, terjadi penambahan pada nilai fungsi kemasan peran dari kemasan yang merupakan daya pikat bagi konsumen. Dalam perdagangan pengemasan merupakan iklan tersendiri agar menarik dan orang tertarik untuk membelinya.

Pengertian kemasan menurut *World Trade Organization* adalah suatu sistem yang terpadu untuk mengawetkan, menyiapkan produk hingga siap untuk

didistribusikan ke konsumen akhir dengan cara yang murah dan efisien. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pengemasan>).

Menurut Cenadi (2000) menyatakan kemasan dapat didefinisikan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal yaitu :

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan manfaat. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan material yang tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca dan kondisi perjalanan.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk lain.
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan penghasilan atau omset perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang menarik akan memikat perhatian konsumen untuk membeli produk. Selain itu, kemasan juga mengurangi

kemungkinan kerusakan produk dan memberikan kemudahan dalam pengiriman.

Plastik merupakan bahan yang kelihatan bersih, praktis, sehingga barang-barang kebutuhan sehari-hari dibuat dari plastik seperti botol minuman, gelas, piring, kantong kresek, dan sebagainya. Dengan demikian hampir semua orang memakai barang-barang yang terbuat dari plastik karena kepraktisannya, walaupun berdampak terhadap kesehatan dan lingkungan.

Selain kemasan yang harus diperhatikan dari suatu produk adalah *branding*, yaitu *visual branding*. Anita (2006:17) menyebutkan kata *visual* mempunyai arti yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan. *Visual branding* memberikan peranan grafik dalam branding serta bagaimana mereka dapat dipengaruhi untuk membangun sebuah kesan merek yang kuat dan selalu diingat. Sehingga dapat membantu perkembangan penghargaan tinggi dan pada akhirnya merek yang telah diciptakan dapat selalu diingat oleh masyarakat.

Dalam penggarapannya, *visual branding* sangat berpengaruh sekali dalam hal bentuk, warna, dan komposisi yang tentu saja disesuaikan dengan keadaan produknya. Harus dapat mengidentifikasi unsur dan atribut dasar yang paling sesuai yang dapat mengungkapkan keinginan yang ingin dicapai dari sebuah merek, dan menggunakan kreatifitas untuk menemukan unsur-unsur yang unik, efektif dan kombinasi

yang fleksibel.

Sistem standarisasi produk pangan yang dikembangkan oleh Direktorat Standarisasi Produk pangan melibatkan tim ahli di bidang terkait dalam mengkaji regulasi yang berkaitan dengan keamanan pangan. Pertimbangan nasional menjadi pertimbangan utama dalam penyusunan regulasi kemasan produk pangan, sehingga produk pangan Indonesia dapat bersaing dengan produk dari pasar global. Produsen pangan berkewajiban menjaga mutu dan keamanan produk pangan yang dihasilkan serta melengkapi dan menyampaikan protokol pengawasan dan pemeriksaan yang berkaitan dengan penjaminan tersebut.

Regulasi mengenai kemasan, yang ditinjau dari segi keamanan bahan kemasan pangan menyangkut tentang sifat toksiknya terutama yang bersifat kronis. Pada dasarnya terdapat persyaratan-persyaratan yang dapat ditetapkan berkaitan dengan mutu kemasan sehubungan dengan keamanan pangan, diantaranya adalah :

1. Jenis bahan yang digunakan dan yang dilarang untuk kemasan pangan
2. Bahan tambahan yang diizinkan dan yang dilarang untuk kemasan pangan
3. Cemar
4. Residu
5. Migrasi

Menurut Undang-undang RI No. 7 tahun 1999 tentang peraturan pengemasan berkaitan dengan keamanan pangan dalam rangka melindungi konsumen. Pada bagian ke empat pasal 16 – 19 dari undang-undang ini membahas tentang kemasan bahan

pangan. Sedangkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan label dan iklan produk pangan, yaitu informasi-informasi produk yang harus ditulis pada label, yang tidak boleh dilakukan dalam pembuatan label hingga cara pembuatan label pada kemasan pangan. Informasi tentang produk yang harus dicantumkan, secara lengkap terdapat pada peraturan ini, termasuk juga cara mengiklankan produk (sumber:thp_407_handout_peraturan-peraturan_dalam_kemasan_pangan.pdf, diakses pada Maret 2017).

Estetika berasal dari Bahasa Yunani, *aisthetica* dan *aisthesis*. *Aesthetica* adalah hal-hal yang dapat dipersepsi atau dicerap oleh pancaindera, sementara *aisthesis* adalah pencerapan indera atau persepsi inderawi. Estetika erat sekali hubungannya dengan selera perasaan atau apa yang disebut dalam bahasa Jerman *Geschmack* atau *taste* dalam bahasa Inggris (Kartika, 2004:16).

Louis Kattsof, menyatakan bahwa estetika adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan batasan rakitan (*structure*) perasaan (*role*) dari keindahan, khususnya dalam seni. Ada dua teori mengenai keindahan, yaitu bersifat subjektif dan objektif. Keindahan subjektif adalah keindahan yang ada pada mata yang memandang. Keindahan objektif menempatkan keindahan pada benda yang dilihat. (Kartika, 2004:14-15).

Definisi pemasaran menurut Philip Kotler (2009:6) adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan

dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Kotler (2005: 17) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Unsur-unsur bauran pemasaran menurut Kotler (2005:17), bahwa bauran pemasaran pada produk barang berbeda dengan bauran pemasaran pada produk jasa. Hal ini disebabkan karena ada perbedaan karakteristik produk barang dan produk jasa. Variabel bauran pemasaran pada produk barang terdiri dari empat variabel (4P): Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat/Distribusi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

A. Kilas Sejarah Kuningan

Kehidupan organisasi kemasyarakatan di Kabupaten Kuningan telah dimulai sejak + 3.500 tahun sebelum masehi (zaman neolitik dan megalith), hal ini didasarkan atas temuan peninggalan yang hingga kini dapat kita lihat di Taman Purbakala Cipari Kelurahan Cigugur, antara lain berupa menhir, dolmen, kuburan batu, perkakas batu, dan keramik.

Namun demikian, alternatif penentuan hari jadi Kuningan yang diusulkan oleh Tim Penulisan Sejarah Kuningan yang dibentuk dengan Surat Keputusan Bupati Kuningan No. 349/Hk.021.1/SK/Bp/XII/1976 tanggal 16 Desember 1976, pada awal penetapannya di dasarkan atas dua usulan, yaitu:

- 1) Berpegang pada periode awal atau periode "ARILE" yaitu tanggal 11 April

732 yang bertitik tolak pada penobatan Seuweukarma sebagai Raja Kuningan Pertama, dan;

- 2) Berpegang kepada masuknya agama Islam ke Kuningan yang diawali dengan masuknya Sunan Gunung Jati ke daerah Luragung pada tahun 1481, tepatnya saat penobatan Kepala Pemerintahan di Kuningan pada tanggal 1 September 1498

Akhirnya berdasarkan kesepakatan yang didasari oleh titik mangsa permulaan masuknya Agama Islam ke Daerah Kuningan, maka ditetapkanlah alternatif ke dua sebagai Hari Jadi Kuningan yaitu 1 September 1498 yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Kuningan Nomor 21/Dp.003/XII/1978 tanggal 14 Desember 1978.

B. Lambang Daerah



Gambar 1: Lambang Daerah Kabupaten Kuningan (<https://www.kuningankab.go.id>)

1) Makna Umum Lambang Daerah Kabupaten Kuningan

Dengan modal semangat dinamis, konstruktif, sportif, semangat menegakkan keadilan, melenyapkan kebathilan, sanggup berjuang membangun dan bertaqwa kepada Allah SWT untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2) Arti Unsur-unsur Lambang Daerah

- a) Dasar
Perisai berbentuk lambang Negara Kesatuan Republik Indonesia berarti tenang, penegak keamanan Pancasila dan UUD 1945 serta lambang keadaan yang selalu aman, tenteram dan sejahtera.
- b) Kuda Jantan
Melambangkan sifat masyarakat kuningan yang dinamis, konstruktif, kreatif, sportif, semangat menegakkan keadilan dan melenyapkan kebathilan. Dalam sejarah perjuangan leluhur Kuningan dan masa gerilya dalam Kabupaten Kuningan, kuda digunakan sarana angkutan dan juga digunakan sebagai alat perjuangan, serta terkenal dengan *Leutik-leutik* kuda Kuningan (Kecil-kecil kuda Kuningan).
- c) Gunung Ciremai
Menunjukkan Kuningan berada di kaki gunung Ciremai, gunung tertinggi di Jawa Barat dengan tanahnya yang subur, udaranya sejuk dan nyaman, cocok untuk daerah wisata.
- d) Air Sungai Lima Gelombang
Air sungai melambangkan bahwa

Kabupaten Kuningan memiliki lima sungai yang besar, yaitu Cisanggarung, Cijolang, Cisande, Cijangkelok dan sungai Citaal.

- e) Bokor Kuning
Melambangkan sejarah lahirnya Sang Adipati Kuningan yang kemudian menjadi kepala pemerintahan pertama di Kuningan pada tanggal 1 April 1498. Bokor Kuning diartikan juga sebagai lambang lahirnya Pemerintah Kabupaten Kuningan pada tanggal 1 September 1498.
- f) Padi
Melambangkan kesuburan di bidang pangan.
- g) Kapas
Melambangkan kesuburan di bidang sandang.
- h) Arti Warna

Hijau	Kemakmuran, kesejukan, ketenangan, dan harapan.
Putih	Kesucian, kebersihan, kejujuran, keadilan, dan kewibaaan.
Hitam	Tegak, kuat, kebenaran, ampuh, dan teguh
Biru	Kesetiaan, ketaatan, kepatuhan, kebesaran jiwa, berpandangan luas, perasaan halus, rendah hati, dan berjiwa besar
Kuning Emas	Kesejahteraan, keagamaan, keagungan, keluhuran, dan keluhungan.

C. Visi Kabupaten Kuningan Tahun 2014 - 2018

1) Visi

“Kuningan Mandiri, Agamis dan Sejahtera (MAS) Tahun 2018”.

Makna yang terkandung dalam visi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Mandiri :

Suatu keadaan dan kemampuan masyarakat dalam perekonomian rakyat fokus pada ketahanan pangan, pengelolaan dan pengembangan sumberdaya alam daerah serta partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Agamis :

Nilai-nilai agama sebagai pedoman kehidupan bermasyarakat yang kondusif, toleran, harmonis dan religius.

Sejahtera :

Peningkatan kesejahteraan berupa pemerataan pembangunan di semua pelosok wilayah, kesempatan berusaha dan bekerja, perlindungan masyarakat miskin dan kesetaraan gender.

2) Misi

Dalam rangka pencapaian visi, dengan memperhatikan kondisi, permasalahan yang ada dan tantangan kedepan serta memperhitungkan peluang yang dimiliki, maka ditetapkan 5 (lima) misi sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia melalui penanaman nilai agama, peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan, daya saing dan pengarusutamaan gender dalam kehidupan berbudaya dan harmonis;
- b) Memantapkan keunggulan kawasan agropolitan, pariwisata daerah, sektor unggulan lainnya, peningkatan investasi ramah lingkungan, serta peningkatan sarana dan prasarana daerah;
- c) Meningkatkan percepatan penanggulangan kemiskinan, melalui

pelayanan sosial terpadu dan pemberdayaan masyarakat;

- d) Memantapkan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup dalam kerangka Kabupaten Konservasi dengan menerapkan asas kehidupan berkelanjutan;
- e) Mewujudkan tata pemerintahan yang baik dan pengembangan kerjasama daerah.

3) Sasanti Daerah dan Moto Juang Kuningan

- a) Sasanti Daerah

RAPIH WINANGUN KERTA RAHARJA

Pemerintah beserta seluruh masyarakat Kuningan selalu tertib dan teratur serta penuh semangat membangun di segala bidang demi terciptanya kemakmuran dan kesejahteraan lahir bathin.

- b) Moto Juang Kuningan

KUNINGAN ASRI (Aman, Sehat, Rindang dan Indah)

- AMAN

Situasi dan kondisi yang mantap dan dinamis dalam situasi lingkungan yang bebas hambatan, ancaman dan gangguan baik yang datang dari luar maupun yang datang dari dalam aspek IPOLEKSOSBUDHANKAM Agama (Ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya, Pertahanan, Keamanan dan Agama)

- SEHAT

Suatu kondisi yang baik dari segenap bagian badan (Jasmani dan Rohani) beserta lingkungannya untuk menuju kualitas hidup yang sehat dimana setiap

orang mendambakannya

- RINDANG

Suatu kondisi rimbun daunnya yang dapat menimbulkan rasa teduh dan sejuk bagi lingkungan, dengan banyaknya cabang dan ranting

- INDAH

Adanya kepedulian untuk menaruh perhatian terhadap minat dalam mewujudkan kehendak sesuatu sehingga menjadi enak dipandang serta menimbulkan rasa kepuasan bagi yang melihatnya.

4) Letak & Keadaan Geografis

Kabupaten Kuningan terletak pada titik koordinat $108^{\circ} 23' - 108^{\circ} 47'$ Bujur Timur dan $6^{\circ} 47' - 7^{\circ} 12'$ Lintang Selatan. Sedangkan ibu kotanya terletak pada titik koordinat $6^{\circ} 45' - 7^{\circ} 50'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ} 20' - 108^{\circ} 40'$ Bujur Timur.

Dilihat dari posisi geografisnya terletak di bagian timur Jawa Barat berada pada lintasan jalan regional yang menghubungkan Kota Cirebon dengan wilayah Priangan Timur dan sebagai jalan alternatif jalur tengah yang menghubungkan Bandung-Majalengka dengan Jawa Tengah. Secara administratif berbatasan dengan:

Sebelah Utara : Kabupaten Cirebon

Sebelah Timur: Kabupaten Brebes (Jawa Tengah)

Sebelah Selatan: Kabupaten Ciamis dan Kabupaten Cilacap (Jawa Tengah)

Sebelah Barat : Kabupaten Majalengka

Kabupaten Kuningan terdiri atas 32 Kecamatan, 15 Kelurahan dan 361 Desa.



Gambar 2: Peta Daerah Kabupaten Kuningan
<https://www.kuningankab.go.id/tentang-kuningan/peta-kuningan>

5) Produk Tape Ketan sebagai Produk Unggulan Kabupaten Kuningan

Tape ketan merupakan salah satu makanan khas kuningan. Hampir semua toko di Kota Kuningan menjajakan tape ketan ini. Sebagian besar tape ketan yang dijual berasal dari Desa Cibeureum, Kecamatan Cibeureum. Desa ini terletak sekitar 30 kilometer dari pusat Kota Kuningan. Sebagian warga desanya sudah membuat tape ketan sejak 1970-an silam. Meski sudah sangat lama, permintaan tape ketan masih banyak. Itu membuktikan tape ketan khas Kuningan masih menjadi makanan favorit masyarakat.

Tape ketan khas kuningan memang dikemas dengan cara yang unik. Walau sebenarnya tidak jauh berbeda, keunikan itu ada karena tape dikemas dalam ember.

Sebelum ditaruh di dalam ember tape harus dibungkus dulu. Ada perbedaan kemasan tape antar Jawa Tengah dan Jawa Barat, kalau tape ketan di Jawa Tengah dibungkus menggunakan daun pisang, tape ketan khas kuningan Jawa Barat ini dibungkus dengan daun jambu. Selain itu tape ketan Kuningan menggunakan bahan tambahan yang alami, yakni daun katuk. Daun katuk membuat tape ketan tampil dengan warna hijau muda dan tak gampang berair. Sementara daun jambu air selain berfungsi sebagai pembungkus juga sebagai pencipta aroma alami

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kuningan, jumlah perajin tape ketan hingga Juni 2012, yang telah memiliki izin usaha resmi dan merk dagang, sedikitnya berjumlah 35 unit usaha, yang tersebar di daerah Cibeureum, Tarikolot,

Sindangagung, dan Cibingbin.

Saat ini, tape ketan Kuningan sudah menyebar ke berbagai daerah. Persebaran produk sampai ke Jakarta, Bandung, Cirebon, Brebes, Cilacap, Tegal, Ciamis, dan daerah lainnya. Peluang usaha yang terbuka lebar dengan semakin luasnya area pemasaran membuat masyarakat Kuningan berbondong-bondong memproduksi tape ketan. Hampir di setiap rumah terdapat plang kecil bertuliskan “Pembuat Tape”, “Tape Manis Dan Harum”, dan lainnya. Asalnya satu kecamatan dengan Kecamatan Cibingbin, Kecamatan Cibeureum merupakan sentra produksi pengolahan Tape Ketan telah melahirkan banyak pengusaha rumah tangga dengan merek atau label usaha tersendiri seperti data pada tabel di bawah ini:

Tabel 1: Data Pengusaha Tape Ketan Desa Cibeureum

NO	NAMA PEMILIK	LABEL/MEREK
1	Elis	Harum Sari
2	Carsim Cahyadi	Pamela
3	Koyoh/ Oyoh	Rasa Madu
4	Titin	Cita Rasa
5	Dasah/Carmadi	Sari Manis
6	Castiroh/Uju	Sari Madu
7	Ita Dargono	Harum Manis
8	Toto	Manis Madu
9	Enjum	Sari Hegar
10	Kasnita/Dewi	Rasa Manis
11	Icih S	Cita Sari Rasa
12	Astiri	Sari Rasa
13	Lilik	Sari Asih
14	Yayat	Family

Sumber: Pengusaha Tape Ketan Cibeureum (2017)

6) Kemasan sebagai Identitas Produk

Kemasan atau *packaging* adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga di dalam desain kemasan tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, agar calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang di kemas. Semakin lengkap informasi yang tertera dikemasan persepsi dari calon pembeli semakin tahu dan meyakinkan terhadap produk yang dijual yang akan dibelinya.

Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan secara umum salah satu fungsi dari kemasan adalah sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merk yang tertera pada kemasan.

Tape ketan merupakan jenis makanan yang mengandung alkohol, tetapi di daerah Kuningan Jawa Barat memiliki kekhasan tersendiri. Daerah lain biasanya membungkus tape dengan menggunakan daun pisang, tape ketan Kuningan dibungkus dengan jambu air (Anonima, 2011). Penggunaan daun jambu pada kemasan dalam tape menjadi ciri khas dan menjadi identitas produk tape yang berasal dari Kabupaten Kuningan. Begitupun dengan penggunaan ember hitam sebagai kemasan luar, walaupun saat ini sudah mulai menggunakan kemasan

plastik yang berbeda dengan bentuk kotak atau silinder dan warna yang berbeda tidak dapat merubah atau menggantikan ember hitam sebagai kemasan tape khas kuningan.

7) Kemasan Tape Ketan Merek Harum Sari

Di Kuningan, tape ketan memang sebuah kisah menarik dunia usaha kuliner panganan khas rakyat. Para perintis industri rumahan tape ketan yang tak kenal menyerah dalam berjuang, berhasil mengantarkan panganan rumahan ini tampil sebagai oleh-oleh khas Kota Kuningan, Jawa Barat. Industri rumahan atau pembuatan tape ketan di Kuningan, pun menjadi usaha yang menyediakan lapangan kerja sekaligus peluang usaha di bidang kuliner.

Kemasan tape ketan merek Harum sari menggunakan ember hitam untuk kemasan luar dan kemasan dalam menggunakan daun jambu air. Daun jambu air selain berkhasiat sebagai antidiare, anti-inflamasi, antimutagenik, antimikroba dan analgesik, daun jambu air dapat digunakan untuk membungkus makanan dan sebagai pencipta aroma alami. Selain itu tape ketan Kuningan menggunakan bahan tambahan yang alami, yaitu daun katuk. Daun katuk membuat tape ketan tampil dengan warna hijau muda dan tak gampang berair. Daun kulit jagung (klobot) dapat dimanfaatkan sebagai bahan pakan ternak karena memiliki kandungan serat. Selain itu juga bisa dimanfaatkan untuk membungkus makanan, makanan yang dibungkus dengan kulit buah jagung adalah angling, bitik, dan wajik (Anonimb,2012).

Penggunaan plastik dalam kehidupan

modern ini terlihat sangat pesat sehingga menyebabkan tingkat ketergantungan manusia pada plastik semakin tinggi. Hal tersebut disebabkan plastik merupakan bahan pembungkus ataupun wadah yang praktis dan kelihatan bersih, mudah didapat, tahan lama, juga murah harganya. Tetapi dibalik itu, banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahaya dari plastik, dan cara penggunaan yang benar. Perkembangan yang sangat pesat dari industri polimer sintetik membuat kehidupan kita selalu dimanjakan oleh kepraktisan dan kenyamanan dari produk yang dihasilkan, sebagai contoh plastik.

a) Jenis-jenis Utama Plastik

Plastik merupakan bahan yang kelihatan bersih, praktis, sehingga barang-barang kebutuhan sehari-hari dibuat dari plastik seperti botol minuman, gelas, piring, kantong kresek, dan sebagainya. Dengan demikian hampir semua orang memakai barang-barang yang terbuat dari plastik karena kepraktisannya, walaupun berdampak terhadap kesehatan dan lingkungan. Jenis-jenis utama plastik adalah sebagai berikut :

PET — *Polyethylene Terephthalate*

Mayoritas bahan plastik PET di dunia untuk serat sintesis (sekitar 60 %), dalam pertekstilan PET biasa disebut dengan polyester (bahan dasar botol kemasan 30 %). Botol Jenis PET/PETE ini direkomendasikan HANYA SEKALI PAKAI. Titik lelehnya 85°C

HDPE — *High Density Polyethylene*

HDPE merupakan salah satu bahan

plastik yang aman untuk digunakan karena kemampuan untuk mencegah reaksi kimia antara kemasan plastik berbahan HDPE dengan makanan/minuman yang dikemasnya.

V — *Polyvinyl Chloride*

PVC mengandung DEHA yang dapat bereaksi dengan makanan yang dikemas. Dengan plastik berbahan PVC ini saat bersentuhan langsung dengan makanan tersebut, titik lelehnya 70 – 140°C

LDPE — *Low Density Polyethylene*

Sifat mekanis jenis plastik LDPE adalah kuat, agak tembus cahaya, fleksibel dan permukaan agak berlemak. Pada suhu di bawah 60°C sangat resisten terhadap senyawa kimia, daya proteksi terhadap uap air tergolong baik, akan tetapi kurang baik bagi gas-gas yang lain seperti oksigen.

PP — *Polypropylene*

Karakteristik PP adalah botol transparan yang tidak jernih atau berawan. Polipropilen lebih kuat dan ringan dengan daya tembus uap yang rendah, ketahanan yang baik terhadap lemak. Titik lelehnya 165°C

PS — *Polystyrene*

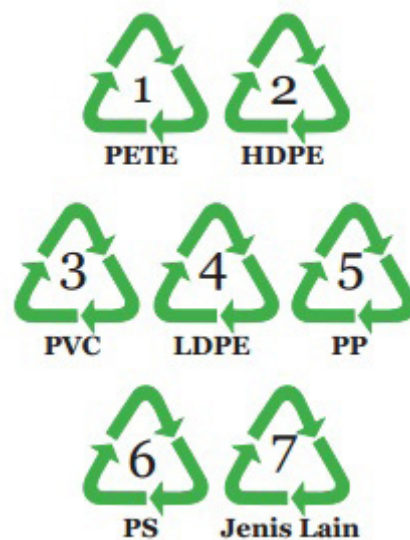
Polystyrene merupakan polimer aromatik yang dapat mengeluarkan bahan *styrene* ke dalam makanan ketika makanan tersebut bersentuhan. Titik leleh pada 95°C

Other

Bahan dengan tulisan *Other* berarti

dapat berbahan SAN - *styrene acrylonitrile*, ABS - *acrylonitrile butadiene styrene*, PC - *polycarbonate*, Nylon. PC - *polycarbonate*, dapat mengeluarkan bahan utamanya yaitu *Bisphenol-A* ke dalam makanan dan minuman yang berpotensi merusak sistem hormon, kromosom pada ovarium, penurunan produksi sperma, dan mengubah fungsi imunitas.

b) Kode-kode yang tertera pada bawah tempat dari bahan plastik sebagai berikut



Gambar 3: Kode-kode plastik
Sumber: Dokumen Kemdikbud

c) Bahan Plastik Kemasan Tape

Menurut Usep hasil wawancara 14 Mei 2017 mengatakan tape ketan merek Harum Sari sejak pertama kali muncul sudah menggunakan ember hitam, pada saat itu pertimbangan menggunakan ember hitam dikarenakan biaya produksi yang masih minim.



Gambar 4: Kemasan Ember Tape Ketan
Sumber: Dokumen Peneliti

Kemasan ember hitam juga untuk menjaga keawetan tape dan agar mudah dibawa-bawa. Walaupun kandungan pada ember hitam tidak sesuai dengan standar kemasan untuk pangan dan tidak baik bagi kesehatan. Pada ember hitam ini mengandung PS — *Polystyrene* yang tidak bagus untuk kesehatan.

Walaupun saat ini kemasan tape ketan merek Harum Sari sudah ada inovasi dengan menggunakan ember berwarna putih transparan dengan tutup berwarna-warni.



Gambar 5: Kemasan Alternatif Tape Ketan
Sumber: Dokumen Peneliti



Gambar 6: Display Toko Tape Ketan
Sumber: Dokumen Peneliti



Gambar 7: Display Toko Tape Ketan
Sumber: Dokumen Peneliti

Tetapi menurut Usep hasil wawancara 14 Mei 2017 merek Harum Sari tetap menggunakan ember hitam untuk kemasan tapenya karena ember hitam adalah ciri khas tape ketan yang berasal dari Kabupaten Kuningan.

4. SIMPULAN

Desain merupakan ilmu interdisiplin bukan keilmuan yang berdiri sendiri. Desain mempunyai peranan penting dalam pemasaran. Desain sangat dibutuhkan disegala bidang terlebih untuk suatu produk. Keberhasilan suatu produk sangat tergantung dari bagaimana produk itu

dikemas.

Kemasan yang digunakan tape ketan merek Harum Sari berupa ember hitam. Saat ini kemasan merek Harum Sari sudah ada inovasi dengan menggunakan ember plastik berwarna putih transparan dengan tutup yang warna-warni, tetapi ember hitam tidak akan ditinggalkan dan akan tetap digunakan walaupun dari kesehatan ember hitam tidak baik digunakan untuk makanan karena kandungan plastik pada ember hitam yang tidak dianjurkan untuk pangan.

Hal ini karena kemasan ember hitam sudah jadi ciri khas kemasan tape ketan dari Kabupaten Kuningan Jawa Barat. []

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2016). *Model Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Bekasi: Cakra Press.
- Anita, T.A. (2006). *Perancangan Visual Branding Kabupaten Boyolali Melalui Media Desain Komunikasi Visual*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Cenadi, C. S. Januari (1999). *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal DKV Nirmana Vol. 1 No. 1, Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- _____. Januari (2000) *Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran*. Jurnal DKV Nirmana Vol. 2. No. 2: 92-103. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Dameria, A. (2014). *Packaging Handbook where creative ideas become relity*. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Dharsono, S.K. dan Nanang, G.P. (2004) . *Pengantar Estetika*. B a n d u n g : Rekayasa Sains.
- Fauziah, A. (2015). *Perancangan Visual Branding Kota Padangsidempuan*. Padang : Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta: Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Jakarta: Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Neumeier, M. (2000). *The Brand Gap*. New York : The American Institute of Graphic Arts (AIGA)
- Sulchan, M dan Nur, W.E. (2007). *Keamanan Pangan Kemasan Plastik dan Styrofoam*. Majalah Kedokteran Indonesia, Volume: 57 Nomor: 2, Februari 2007
- Direktorat Jenderal Kerja Sama ASEAN Kementerian Luar Negeri. (2015) Masyarakat Asean. Jakarta: Edisi 7/ Maret 2015
- Anonima. (2011). *Tape Yang Dibungkus Dengan Daun Pisang*. <http://www.fahmina.or.id/kecirebonan/makanan-dan-minumankhas/922-tapeketan-kuningan-panganan-rakyat-hingga-usahakuliner menjanjikan.html>.
- Anonimb. (2012). *Pembungkus Tape*. <http://perlutahu.org/membedahmanfaat-daun-jambu-air/>.
- Arslanagi, Maja, Almir Pe, and Selma Kadi. "Perceptions of Healthy Food Packaging Information: Do Men and Women Perceive Differently?" 109 (2014): 78–82. Web.

- Mowle, James, and Bill Merrilees. "A Functional and Symbolic Perspective to Branding Australian SME Wineries." *The Journal of Product and Brand Management* 14 (2005): 220–227. Print.
- Zainal, Sazrinee et al. "A Semantic Approach in Perception for Packaging in the SME ' S Food Industries in Malaysia : A Case Study of Malaysia Food Product Branding in United Kingdom." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 115.Icicies 2013 (2014): 115–130. Web.
- <https://kuningankab.go.id/tentang-kuningan>
- <https://agroedupolitan.blogspot.co.id/2017/02/tape-ketan-kuningan.html>
- http://id.wikipedia.org/wiki/Pengemasan_thp_407_handout_peraturan-peraturan_dalam_kemasan_pangan.pdf