

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kue ciput, makanan ringan khas Buleleng yang sangat di minati oleh masyarakat Buleleng, kue ciput ini sangat mudah di jumpai di warung-warung. Harganya yang murah dan rasanya gurih membuat kue ciput ini di minati oleh masyarakat. Kue ciput yang merupakan jenis kue kering yang terbuat dari adonan mentega, tepung terigu dan telur yang diuleni kemudian dipipihkan menjadi beberapa bagian dan di lilit pada bagian tengahnya. Kue ciput sangat pas dinikmati sambil minum kopi/teh, bisa juga hanya dinikmati sebagai cemilan ringan. Tekstur kue ciput yang renyah dan garing membuat kue ini sangat digemari oleh masyarakat. Dalam pengemasannya kue ciput kering ini pada umumnya hanya dikemas menggunakan plastik es dan dijual dengan rata-rata harga Rp 1.000 rupiah sampai Rp 2.000 rupiah.

Ciri-ciri kue ciput khas Buleleng ini berbentuk seperti helai daun yang di lipat dan di lilit. Keunikan dari kue kering ciput khas Buleleng ini terdapat pada bentuknya dan cita rasanya yang beda dari kue ciput dari daerah lain . Warnanya coklat keemasan, rasanya gurih dan manis memiliki tekstur yang renyah.

Menurut Arens (1996: 3), menjelaskan bahwa kemasan adalah wadah produk yang meliputi penampilan fisik wadah tersebut, termasuk desain, warna, pelabelan, bentuk, dan bahan yang digunakan. Kemasan juga memiliki fungsi untuk menampung, melindungi, mengidentifikasi, dan mempromosikan produk. Secara umum, kemasan untuk kue kering ciput masih menggunakan plastik es. Selain itu, kemasan kue kering ciput masih menggunakan kemasan kemasan plastik tanpa tanda pengenal atau identitas, untuk mengemas produk pada saat proses pengiriman produk ke pembeli . Untuk orang yang mementingkan kualitas produk dari pada visual atau estetika mungkin tidak menjadi masalah. Namun, di zaman yang serba modern ini, kebanyakan orang lebih tertarik untuk membeli sesuatu karena segi

visual yang indah dan bagus. Dari sudut pandang pengusaha, produk makanan apapun tidak akan dikenali dengan mudah jika tanpa identitas.

Menurut Achmad Faizah Laila (2015: 219) dalam jurnal yang berjudul “Rancang Bangun Dan Pabrikasi Alat Pelempar Adonan Dan Evaporator Kristalisasi Kue Keciput”, keciput adalah camilan, dari adonan tepung dan telur ditabur wijen dan digoreng seperti onde-onde tanpa isi, rasanya gurih dan renyah, tidak tahan lama, sangat baik untuk oleh-oleh merupakan industri rumah tangga khas Kudus setelah jenang sehingga merupakan *trade mark* seperti halnya Semarang dengan wingko dan lunpianya. Kue keciput yang diproduksi sekarang ini masih agak keras dan tidak tahan lama, karena keterbatasan peralatan yang masih sangat sederhana yaitu alat pemotong adonan kue keciput yang masih sederhana dan tidak stabil kecepatannya dan melapis gula kueuceng yang masih sederhana dengan penggorengan saja, sehingga dalam proses produksi kurang higienis kurang memenuhi persyaratan keamanan pangan (HACCP), keras, dan hanya memproduksi 100 bungkus 200 gr dengan harga Rp. 15.000,- per bungkus, juga dikelola secara kekeluargaan tanpa manajemen yang baik, untuk itu perlu diberikan pembinaan agar industri ini dapat berkembang dengan baik.

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006: 33; Muchlisin Riadi, 2016), menyatakan kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Menurut Sri Julianti (2014), fungsi kemasan yaitu melindungi kualitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen, membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen., membuat produk dapat diproduksi secara massal dan menjadi pemicu minat beli dengan merangsang lima pancaindra konsumen, yaitu melihat, mendengar, membau, meraba, merasa, sampai ada keputusan membeli dan menggunakan produk.

Usaha kue kering ciput khas Buleleng merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan ringan. Usaha kue kering ciput khas Buleleng sudah berdiri sejak tahun 1980 sampai sekarang, yang didirikan dan dikelola oleh I Gusti Ayu Oka Ayuni atau biasa dikenal dengan nama Oka Ayuni. Oka Ayuni merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Oka Ayuni adalah lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berada di salah satu Kecamatan yang ada di Sukasada . Oka Ayuni mulai membuat Kue kering ciput sejak tahun 1980 setelah beliau tamat sekolah. Dulunya Oka Ayuni bersama Ibunya membuat kue kering ciput untuk di jual di beberapa Sekolah Dasar (SD) yang berada di Desa Sukasada. Seiring berjalannya waktu, usaha yang dikembangkan oleh Oka Ayuni ini menunjukkan kemajuan. Terbukti kue ciput yang dibuat selalu memuaskan para pelanggannya. Namun, Oka Ayuni dalam mempromosikan usahanya hanya dari mulut ke mulut para pelanggannya. Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan, bentuk penyajian media promosi perlu dioptimalkan. Maka usaha kue kering ciput khas Buleleng, perlu membuat bentuk-bentuk media promosi lainnya agar dapat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, dalam laporan tugas akhir ini, penulis ingin membuat rancangan media promosi yang menarik untuk usaha kue kering ciput khas Buleleng supaya menarik banyak konsumen.

## **1.2.Masalah yang Dihadapi**

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah penulis buat, maka masalah yang dihadapi pada “Perancangan Media Promosi Kemasan Kue Kering Ciput Khas Buleleng” sebagai berikut:

1. Usaha kue kering ciput khas Buleleng ini belum memiliki logo.
2. Usaha kue kering ciput ini belum memiliki kemasan yang bagus dan menarik.
3. Usaha kue kering ciput ini belum memiliki media pendukung untuk mempromosikan usahanya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

### 1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang sudah penulis buat, maka rumusan masalah yang akan diangkat yaitu bagaimana perancangan media promosi kemasan sebagai media utama agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

### 1.4. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang lingkungannya cukup luas, penulis perlu memberikan batasan masalah sehingga perancangan media promosi ini memiliki fokus yang jelas, yaitu:

1. Pembuatan media utama kemasan dalam bentuk kemasan plastik dengan jenis *ziplock* agar lebih modern dan menarik dari segi visual.
2. Pembuatan media pendukung seperti: Logo, Papan Nama, Kartu Nama, Sosial Media Post (Feed IG), Tote Bag, Stiker, dan T-shirt.

### 1.5. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diketahui tujuan dari perancangan ini, sebagai berikut:

- a. Menghasilkan rancangan desain Kemasan yang menarik sebagai media utama.
- b. Menghasilkan rancangan desain merchandise yang menarik sebagai media pendukung.

### 1.6. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Masyarakat

Mendapatkan informasi yang jelas mengenai Kemasan kue ciput dan mendapatkan informasi mengenai Perancangan Media Promosi Kemasan Kue Kering Ciput Khas Buleleng.

2. Manfaat Bagi Pengembangan Keilmuan

Hasil dari proposal ini, diharapkan mampu menambah wawasan bagi para civitas akademika, khususnya dalam hal pengetahuan tentang Perancangan

Media Promosi Kemasan Kue Ciput Khas Buleleng dan diharapkan juga, proposal ini mampu menjadi pedoman bagi orang lain untuk membuat proposal tentang Perancangan Media Promosi Kemasan Kue Kering Ciput Khas Buleleng.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa:

Mahasiswa mendapat wawasan dan ilmu pengetahuan dan pengalaman merancang media promosi kue kering ciput khas Buleleng.

**1.7. Sasaran/Target Perancangan**

Merancang media promosi yang menarik untuk memperkenalkan Kue Kering Ciput Khas Buleleng yang terletak di Desa Galiran, Singaraja agar di kenal oleh wisatawan lokal.

