

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemasan merupakan hal penting dalam sebuah bisnis produk. Membuat kemasan yang mempunyai identitas visual dari brand tersebut akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli, pentingnya *packaging* sangat berpengaruh besar dalam mengenalkan produk karena *packaging* adalah hal yang pertama dilihat saat akan membeli atau memberi kesan pandangan pertama bahwa dari kemasan brand tersebut serius atau tidak dalam memasarkan produknya. Tidak hanya dalam hal desain, *packaging* juga harus memperhatikan fungsi seperti pelindung produk, daya muat, efektif dan efisien. Penggunaan *packaging* yang tidak memperhatikan fungsi aman dari sebuah produk maka akan beresiko saat produk dijual.

Menciptakan *packaging* yang mempunyai identitas visual sendiri atau beda dari yang lain bagi UMKM masih kesulitan karena masih minimnya pengetahuan tentang pentingnya kemasan sebagai branding daya tarik dari kompetitor di pasaran. Melalui kemasan brand akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas karena sebagai identitas produk. Jika *packaging* diabaikan tidak dianggap hal penting atau membuatnya dengan asal asalan seperti mengabaikan fungsinya, kurangnya identitas visual kemasan maka itu bisa berpengaruh pada penjualan dari brand yang bisa mengakibatkan kurangnya minat pembeli karena tidak mampu bersaing dengan kompetitor yang lain karena faktor itu yang membuat *packaging* menjadi penting, Konsumen juga melihat apakah dari kemasan produk yang dijual itu melindungi dan efisien jika tidak maka menjadi hal negatif bagi sebuah brand.

Latino jeans, sebuah perusahaan dibidang fashion yang menjual celana ke pasar pasar dan para reseller, penjualan dari latino jeans memerlukan *packaging* untuk melindungi produk ketika sampai ditangan konsumen. Dilihat dari *packaging* yang terdapat di brand latino jeans yang masih menggunakan plastik belum melindungi produk dan kurangnya identitas visual yang ada pada kemasan, maka wawancara dilakukan kepada latino jeans untuk membuat *packaging* yang bisa membuat masyarakat luas mengenal produknya dan meningkatkan penjualnya serta layak bersaing dengan kompetitor disekitar maupun diseluruh pasar indonesia.

Packaging yang sesuai target pasar tidak boleh asal asalan harus disesuaikan dengan karakteristik brand latino jeans mulai dari bentuk, warna, grafis, ilustrasi, huruf serta tata letak desain. Dari situlah brand akan bisa diterima dan dikenal banyak masyarakat yang secara tidak langsung membujuk para konsumen untuk melakukan pembelian. Memperhatikan fungsi dan identitas visual bisa meningkatkan penjualan latino jeans dan mengenali dipasaran, produk celana yang dibuat oleh latino jeans memerlukan *packaging* yang kreatif dan bisa mengangkat citra perusahaan. Dengan menciptakan *packaging* atau kemasan yang memiliki identitas visual yang menjadi pembeda maka latino jeans bisa bersaing dengan kompetitor dan menarik para konsumen serta bisa menjadi strategi pemasaran untuk produk produk dari latino jeans.

Dari permasalahan yang ada pada latino jeans penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan *packaging* atau kemasan dari produk yang dibuat, harapan dari penelitian ini bisa memberi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh Latino jeans karena mereka membutuhkan kemasan yang bisa memberikan dampak positif bagi kelanjutan brand mereka agar bisa lebih dikenal banyak masyarakat serta memiliki identitas visual sendiri agar menjadi pembeda dari brand lain serta bisa bersaing dengan para kompetitor. Manfaat dari penelitian ini yaitu berguna untuk mengembangkan trend trend desain *packaging* atau kemasan dimasa sekarang sehingga bisa menjadi media pembelajaran untuk menciptakan desain kemasan selanjutnya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini adalah :

1. Tidak adanya brand identity dalam desain kemasan produk latino jeans
2. Sulit mengikuti trend perkembangan zaman dalam membuat desain kemasan
3. Kurangnya kesadaran pelaku umkm terhadap branding melalui kemasan

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan pada penelitian ini adalah bagaimana perancangan desain kemasan untuk Latino jeans yang aman, efisien, dan memiliki identitas visual sebagai branding yang menarik minat masyarakat dan bisa bersaing dengan kompetitor?

1.3 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini dapat terfokuskan dengan baik. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan desain kemasan untuk Latino jeans
2. Target pasar ditujukan oleh konsumen atau masyarakat yang ingin membeli celana jeans dengan rentang usia dewasa dan orang tua
3. Pengumpulan data dan perancangan dilakukan selama menyelesaikan Tugas akhir
4. Pengumpulan data dan perancangan dilakukan di Pemalang, Jawa Tengah tempat UMKM latino jeans
5. Perancangan bertujuan untuk membantu meningkatkan branding dan penjualan dari produk celana dari latino jeans
6. Merancang packaging atau kemasan yang aman, efisien, dan memiliki identitas visual latino jeans sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk membeli dan bersaing dengan kompetitor

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari pada penelitian ini adalah mendeskripsikan perancangan packaging atau kemasan untuk Latino jeans yang aman, efisien, dan memiliki identitas visual yang menarik minat masyarakat dan bersaing dengan kompetitor

1.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara

trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupakata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

A. Observasi

Metode observasi adalah Morissan (2017:143) mengatakan observasi kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra. Dengan kata lain pengamatan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Pada penelitian ini observasi akan dilakukan terhadap minat dan daya tarik masyarakat terhadap produk dari latino jeans.

B. Wawancara

Menurut Sugiyono(2017,194) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.. Pada penelitian ini dilakukan akan dilakukan kepada : Ahli bidang *packaging* atau kemasan, owner latino jeans, dan para konsumen yang sudah pernah membeli produk dari latino jeans.

C. Kuesioner

Metode kuesioner adalah Sugiyono (2017:142) mengatakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab

Pada penelitian ini kuesioner akan disebarakan kepada masyarakat umum baik melalui media sosial.

D. Studi Pustaka

Pada penelitian ini studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan berbagai teori dan data yang bersumber dari buku, jurnal, artikel tentang *packaging* meliputi pengumpulan data dari sumber atau dokumen pustaka yang berasal dari perusahaan dan data survey yang masih berkaitan dengan objek penelitian yang diperoleh dari website untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penyusunan laporan, serta beberapa teori dari beberapa buku yang dapat menunjang analisis objek penelitian.

1.6 Metode Analisis Data

Metode yang dilakukan untuk menganalisis data pada penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

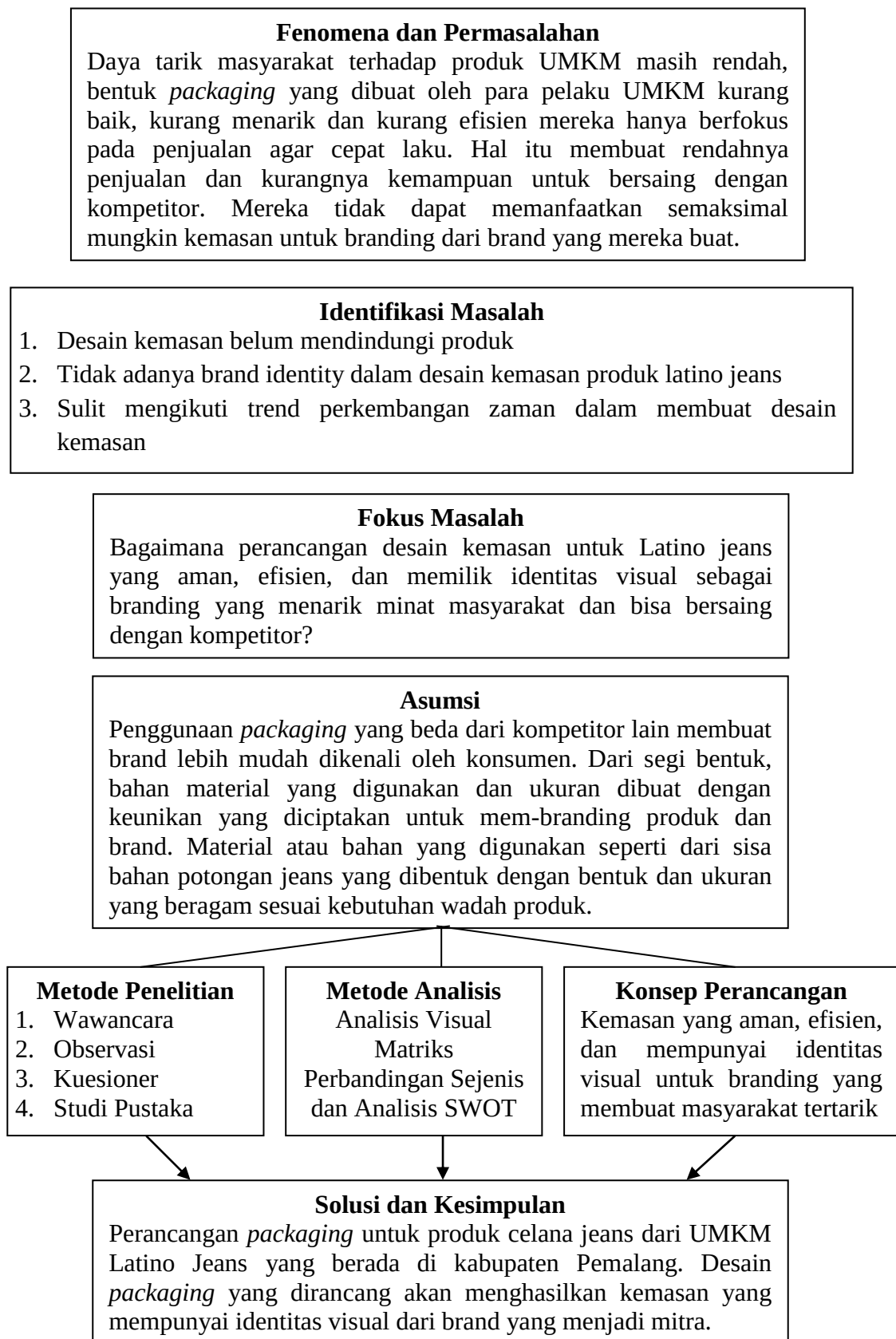
1. Analisis visual dan Matriks Perbandingan Sejenis, yaitu suatu matriks yang terdiri dari kolom dan baris dan masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atas kumpulan informasi.

Analisis matriks digunakan pada proses perbandingan objek visual penelitian dengan kompetitor. Data-data yang dibandingkan antara lain warna, gambar, tipografi, tata letak grafis dan layout, desain kemasan dan bentuk hal lain yang menjadi standar spesifikasi desain kemasan yang baik.

2. Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal.

1.7 Kerangka Penelitian

Tabel 1.1 Kerangka Penelitian



1.8 Pembabakan

Dalam penulisan perancangan ini, peneliti membaginya menjadi empat bab. Secara garis besar, setiap bab menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan informasi mengenai latar belakang permasalahan dari fenomena yang diteliti, yang kemudian dilanjutkan dengan identifikasi masalah beserta manfaat yang akan diberikan oleh perancangan ini, kemudian membahas metode apa saja yang dipakai untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk perancangan ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dilakukan penjabaran melalui teori-teori yang relevan dan perlu digunakan dalam perancangan ini sehingga dapat memberikan hasil dan manfaat yang maksimal.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dilakukan penjabaran data hasil penelitian yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka yang kemudian data-data tersebut dianalisis dan diolah berdasarkan teori-teori yang relevan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini data yang sudah diolah dan dirapihkan kemudian disusun sebagai acuan untuk merancang konsep pesan, konsep kreatif, dan konsep visual. Lalu bab ini juga menjabarkan hasil sketsa perancangan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan sebelumnya, lalu saran terhadap perancangan dan juga rekomendasi agar perancangan selanjutnya bisa lebih baik.