

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain kemasan merupakan rancangan suatu kemasan untuk suatu produk sebagai upaya untuk peningkatan dan syarat produksi guna mendukung pemasaran. rancangan tersebut merupakan kumpulan dari bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk. Desain kemasan biasa digunakan untuk membungkus, atau melindungi dan juga bisa menjadi pembeda pada suatu produk di pasar. Sehingga desain kemasan dapat menjadi alat bantu pemasaran (Kimchuk dan Krasovec, 2006 : 33 jurnal Angelina Diah Kusumasari Supriono).

Toko obic merupakan sebuah UMKM yang berdiri di kota Ketapang Kalimantan Barat, yang menjual berbagai macam produk oleh-oleh khas Ketapang. Salah satu produk paling banyak diminati oleh konsumen yaitu amplang yang berjenis kerupuk. (TravelDetikCom : 2016). Amplang merupakan merupakan makanan ringan yang merupakan oleh-oleh khas kota Ketapang yang berjenis kerupuk yang berbahan dasar ikan tenggiri ataupun ikan belida. konsumsi amplang cukup tinggi di kota Ketapang, karena amplang merupakan salah satu jajanan khas kota ketapang yang cukup terkenal dikalangan masyarakat. Amplang sudah lama ada sejak tahun 1970 an, awal mula terbuatnya amplang ini adalah karena Sebagian besar masyarakat Ketapang tinggal dipesisir pantai, oleh karena itu para warga mulai berkreasi membuat makanan dari hasil tangkapan mereka. (Muh Anhar, dan Adha Panca Wardanu, 2016:7)

Alasan kenapa memilih amplang dari toko obic karena toko Obic sendiri terkenal dengan penghasil amplang terbanyak dikota ketapang. Amplang obic ini memiliki kemasan yang cukup bagus namun belum menunjukkan citra dari produk tersebut, dimana amplang obic ini merupakan camilan oleh-oleh dari kota Ketapang dan kemasan yang dibuat pun tidak pernah masih terlihat sederhana dan belum memunculkan identitas produk sehingga terlihat membosankan dan kurang menarik. karena dalam kemasan dari amplang obic ini terdapat banyak penggunaan teks dan warna yang monoton sehingga menimbulkan kesan yang kurang menarik pada kemasan.



Gambar 1.2 Amplang

Oleh karena itu penulis memberikan solusi untuk membuat “perancangan desain kemasan yang didalamnya terdapat ikan tenggiri dengan tambahan ikon kota ketapang yaitu tugu ale-ale, dan pada bagian belakang kemasan akan dibuat storyboard cerita dari sejarah pembuatan amplang ini, agar menimbulkan kesan yang menarik dan memberi informasi tentang amplang ini adalah hasil buatan dari para nelayan yang bekerja dipesisir pantai. Dengan tambahan ikon khas kota Ketapang yang dibuat untuk memberikan informasi bahwa produk ini berasal dari kota Ketapang.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Desain kemasan amplang obic belum menggunakan kemasan yang lebih fungsional
- b. Desain kemasan amplang obic belum menunjukkan citra produknya.
- c. Desain kemasan amplang obic belum mengikuti perkembangan jaman karena desain yang hanya mengandalkan teks dalam kemasan.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah lebih mengarah pada perancangan desain kemasan berupa desain yang mempunyai ciri khas dari produk tersebut, dengan target sasaran laki-laki dan perempuan yang berusia 18-25 yang memiliki hobi kulineran dan mempunyai rasa ingin mencoba hal-hal baru.

1.4 Rumusan masalah

1. Bagaimana merancang desain kemasan amplang oleh-oleh khas Ketapang yang mempunyai ciri khas tersendiri ?

1.5 Tujuan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah

1. merancang visual ciri khas kota Ketapang dengan ilustrasi perpaduan antara ikan tenggiri dan ikon kota Ketapang yaitu tugu ale-ale
2. menjadikan kemasan lebih bersahabat dengan adanya zipper pada kemasan dapat membantu konsumen dalam menyimpan sisa makanan.

3. Mengenalkan pada para anak muda tentang salah satu produk oleh-oleh khas Ketapang.
4. Menjadikan produk yang mempunyai ciri khas tersendiri yang membedakan dengan produk lain.

1.6 Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari perancangan ini adalah

- a. toko obic menjadi terkenal dengan desain kemasan yang baru dan bisa meningkatkan hasil penjualan.
- b. Menambah wawasan tentang sejarah dari makanan yang terlihat sederhana namun punya cerita dibalikny.

1.7 Metode perancangan

Data Primer

A. Kuesioner

Menyebarkan kuesioner sebanyak 30 responden atau lebih. Kuesioner yang akan disebar kepada responden melalui via online kepada target agar dapat mengetahui jenis media, gaya desain dan warna yang akan disukai oleh target yang dituju dengan rentang usia 18-25 tahun

Data Sekunder

Studi Literatur :

Data yang dikumpulkan melalui jurnal dan sumber ilmiah bertujuan untuk mengambil data mengenai pengaruh dari kemasan sebagai media promosi penjualan. Teori-teori desain studi literatur digunakan untuk mendukung hasil perancangan.

Subjek dalam perancangan ini adalah anak muda yang suka bepergian kesuatu tempat untuk berburu kuliner atau khas dari kota tersebut seperti produk oleh oleh, penulisan perancangan ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode :

- Metode studi literatur
Data yang diperoleh melalui studi yang berasal dari jurnal yang tersebar diinternet dengan sumber-sumber yang benar untuk memperkuat hasil penelitian.
- Metode kuesioner

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada para anak muda yang suka bepergian kesuatu tempat untuk berburu oleh-oleh.

1.8 Sistematika Penulisan

1.8.1 BAB I Pendahuluan

1.8.1.1 Latar belakang

1.8.1.2 Identifikasi masalah

1.8.1.3 Pembatasan masalah

1.8.1.4 Rumusan masalah

1.8.1.5 Tujuan perancangan

1.8.1.6 Manfaat perancangan

1.8.1.7 Metode perancangan

1.8.1.8 Sistematika Penulisan

1.8.2 BAB II Tinjauan Umum

1.8.2.1 Tinjauan Pustaka

1.8.2.1.1 Artikel Ilmiah

1.8.2.1.2 Komparasi Desain

1.8.2.1.3 Sistematika Perancangan

1.8.2.2 Landasan Teori

1.8.3 BAB III Strategi Komunikasi

1.8.3.1 Analisis data

1.8.3.2 Khalayak sasaran

1.8.3.3 Strategi komunikasi

1.8.4 BAB IV Strategi Kreatif

1.8.4.1 Konsep visual

1.8.4.2 Konsep verbal

1.8.4.3 Visualisasi desain

1.8.5 BAB V Kesimpulan dan Saran