

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Packaging* seringkali disebut sebagai “*the silent sales-man/girl*” karena mewakili ketidak hadirannya pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Bahkan, para pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai pesona produk (*the product charm*), sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*) (Moch Junaidi Hidayat 12,2014).

*Packaging* merupakan hal penting yang harus diperhatikan jika ingin menjalankan suatu usaha baik di bidang kuliner, produk pakai, maupun lainnya. Setiap usaha pasti akan membutuhkan jenis *packaging* yang berbeda, mulai dari barang hingga makanan. Oleh karena itu, pentingnya sebuah *packaging* harus sesuai dengan produk yang akan dijual. Fungsi utama dari *packaging* adalah sebagai pelindung produk. Tanpa *packaging*, barang yang menjadi produk utama bisa rusak, jika sudah rusak, konsumen tidak akan bisa merasakan manfaat dari produk tersebut. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan “pemicu” karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk; karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan (Cenadi.C.S. 2004:92- 93).

Selain sebagai pelindung, *packaging* juga bisa menjadi ciri khas tersendiri dari brand suatu usaha. Dengan desain yang menarik, *packaging* akan membuat konsumen tertarik dan membeli suatu produk, semakin menarik *packaging* yang dirancang untuk sebuah produk maka akan semakin banyak konsumen yang ingin membelinya.

Seperti pada oleh-oleh khas dari daerah Nagari Sulit Air yaitu Sagun Bakar dengan merek usaha Sagun Bakar Jonjang Saribu, memiliki rasa manis gurih dengan berbahan dasar Kelapa, Tepung tapioka, gula pasir, garam. Menjadikan salah satu oleh-oleh khas dari Nagari Sulit Air yang wajib di beli bila berkunjung wisata ke Nagari Sulit Air, usahanya ini sudah ada pada tahun 1997, untuk produksi dan Tokonya sendiri berada di lantai satu rumah sang pemilik Ajis Farida yang berlokasi di Jl. Luak Bayau, Guguk Rayo, Nagari Sulit Air, Kabupaten Solok, Sumatra Barat.

Sagun Bakar ini sudah memiliki penamaan yang bagus, dengan nama produk Sagun Bakar Jonjang Saribu, serta memiliki logo usaha berupa *logotype* SAGUN BAKAR JONJANG SARIBU, terbukti dengan jika kita mau membeli sagun bakar di sulit air, orang-orang pasti akan langsung tertuju pada sagun bakar jonjang saribu yang di produksi oleh ibuk Ajis Farida, karna sagun bakar ini sendiri sudah berproduksi dari 1997 tahun yang lalu dan sudah terkenal akan kualitas dan rasa dari sagun bakar nya.

Namun terdapat masalah yang perancang amati dari produk ini yang membuat produk ini kalah menarik dengan jajanan lainnya yaitu desain kemasan nya yang terlalu jadul serta tidak dapat mewakili identitas perusahaan maupun produk nya sendiri seperti penggunaan warna merah pada *packaging*

yang sangat tidak cocok baik secara filosofi maupun psikologi serta bentuk *packaging* yang kotak dengan bahan kertas tipis cenderung biasa saja serta kurang dalam segi keamanannya, maka dari itu menyebabkan kurang diminati oleh anak muda yang cenderung selalu melihat tampilan yang menarik, dan unik, oleh karena itu *brand* makanan berlomba lomba untuk membuat *packaging* yang menarik serta unik untuk menarik minat konsumen, tidak hanya dapat menghadirkan *packaging* yg *modern* tapi sesuai dengan produk dan fungsinya yang sudah di rancang dengan baik, menjadikan produk nya menarik untuk di lihat secara visual walaupun orang tidak tau rasa nya enak atau tidak, tapi dengan melihat tampilan luarnya yang menarik menjadikan orang berminat untuk membeli.

Maka dari itu perancang mencoba merancang *packaging* baru yang lebih modern dan dapat mewakili produk, yang akan memberikan pengalaman baru bagi pembeli produk Sagun Bakar Jonjang Saribu dengan cara penulis akan merancang ulang bentuk maupun desain keseluruhan *packaging* lama dari Sagun Bakar Jonjang saribu, tidak hanya sekedar mengubah *packaging*nya saja tetapi bagaimana agar pesan atau identitas *brand* dapat tersampaikan dengan baik sehingga *packaging* yang baru dapat tersampaikan tujuan nya kepada calon *costumer*, dengan penggunaan Desain kemasan yang kekinian baik dari *layout*, tipografi, dan warna sehingga jika nantinya produk Sagun Bakar Jonjang Saribu ini dapat mencapai penjualan yang lebih luas seperti super market ataupun mini market, serta dapat menarik minat pembeli dengan tampilannya yang menarik, dan pastinya kita juga menargetkan penjualan *online* maupun pembeli langsung berkunjung ke Nagari Sulit Air.

Penulis berharap, makin diminatinya produk sagun bakar jonjang saribu oleh masyarakat luas melalui perancangan Kemasan Produk Sagun Bakar Jonjang Saribu ini, nantinya bisa menjadikan produk nya sendiri dapat bersaing dengan produk jajanan kekinian yang memiliki desain kemasan yang menarik yang dapat mewakili perusahaan dan produknya, serta dapat menambah penjualan dari produk baik *online* maupun *offline*, dengan lebih dikenalnya produk Sagun Bakar Jonjang Saribu khas Nagari Sulit Air ini penulis juga berharap dapat membantu menarik pengunjung wisatawan Lokal maupun Luar untuk mengunjungi dan menikmati wisata yang ada di Nagari Sulit Air, dan setelah menikmati wisata yang ada, juga tidak lupa membeli oleh-oleh khasnya yaitu Sagun Bakar Jonjang Saribu.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di urai kan diatas di temukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Penyampaian pesan Visual pada *Packaging* Sagun Bakar Jonjang Saribu yang tidak tepat sehingga pesan atau identitas yang ingin disampaikan oleh *brand* tidak tersampaikan.
2. Kurang tepatnya penggunaan elemen desain pada *packaging* yang lama sehingga membuat calon konsumen bingung dengan apa yang mereka beli.
3. Kurangnya Fungsi serta keamanan pada *packaging* lama seperti penggunaan bahan *packaging* yang tipis serta bentuk *packaging* kotak yang membuat produk terlihat biasa saja serta kurang menarik.

4. Berkurangnya minat pembeli terutama generasi muda karena kurang menariknya *packaging* serta tidak tepatnya branding pada *packaging* yang lama mengakibatkan kurangnya minat generasi muda.

### C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas dapat disimpulkan batasan masalahnya sebagai berikut :

1. Perancangan akan dilakukan pada *element* visual yang ada pada kemasan produk baik *layout*, tipografi, dan warna.
2. Perancangan akan dilakukan pada pembuatan bentuk *packaging* yang baru yang lebih fungsional dan dapat menyampaikan identitas usaha maupun produk serta memiliki fungsi dan keamanan yang lebih baik dari *packaging* lama.
3. Target Perancangan desain kemasan produk Sagun Bakar Jonjang Saribu ini akan berfokus kepada anak muda dan dewasa serta wisatawan lokal maupun luar.

### D. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

Bagaimana merancang sebuah *packaging* yang tidak hanya menarik secara visual maupun bentuknya, tetapi juga dapat mewakili identitas perusahaan maupun produknya sendiri, seperti penggunaan warna, tipografi, serta ilustrasi yang dapat mewakili produk baik secara filosofi maupun psikologi, dan juga untuk rancangan *packaging* akan dirancang dengan memperhatikan fungsi

serta keamanan nya, agar packaging yang baru dapat menjadi identitas baru yang lebih kreatif dan inovatif, serta lebih fungsional dan lebih aman dari pada packaging sebelum nya agar tercapainya target pemasaran yang lebih luas.

#### **E. Tujuan Perancangan**

Dari rumusan masalah yang telah di uraikan sebelum nya maka tujuan dari perancangan tugas akhir ini dapat di jabarkan sebagai berikut :

1. Merancang ulang sebuah kemasan produk oleh-oleh khas Nagari Sulit Air yaitu Sagun Bakar Jonjang Saribu.
2. Merancang sebuah desain yang dapat mewakili identitas dari produk maupun perusahaan, baik dalam warna, tipografi, serta penggunaan ilustrasi.
3. Merancang desain serta bentuk yang dapat memberikan kesan modern, fungsional, dan dapat menjadi wajah dari perusahaan maupun produk, sehingga dapat meningkatkan penjualan ke khalayak yang lebih luas.
4. Meningkatkan tampilan Visual kemasan serta promosi dari oleh-oleh khas Nagari Sulit Air Sagun Bakar Jonjang Saribu sehingga menjadikan produk nya di kenal lebih luas oleh konsumen yang akan berefek bagus untuk perekonomian pemilik usaha.

#### **F. Manfaat Perancangan**

Dari rumusan masalah yang telah di uraikan sebelum nya maka tujuan dari perancangan tugas akhir ini dapat di jabarkan sebagai berikut :

### 1. Bagi Penulis

- a. Menambah ilmu bagi penulis baik hard skill maupun soft skill.
- b. Menambah pengalaman dalam terjun langsung menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat dalam ilmu DKV.
- c. Dapat menambah ilmu dan pengalaman dalam menciptakan media promosi branding dalam bentuk kemasan produk yang baik, benar, dan sesuai dengan unsur-unsur DKV.

### 2. Bagi Pemilik Usaha Oleh-oleh Sagun Bakar Jonjang Saribu

- a. Meningkatkan penjualan dari produk Sagun Bakar Jonjang Saribu serta makin di kenal luas nya oleh-oleh khas Nagari Sulit Air sehingga tidak hanya bagus untuk ekonomi sang pemilik saja melainkan akan berefek ke sekitar nya khusus nya Nagari Sulit Air.
- b. Mendapat kan promosi serta ilmu yang bermanfaat dalam branding yang baik khusus nya kemasan produk.

### 3. Bagi Perguruan Tinggi

Menambah referensi bagi akademis, diharapkan mampu menambah dokumen atau pembendaharaan perpustakaan, serta sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian terhadap masalah sejenis di masa yang akan datang.