# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Kemasan adalah salah satu bagian penting untuk menjaga kualitas produk sekaligus sebagai media pertama yang berhadapan langsung dengan konsumen. Kemasan selalu melibatkan desain untuk menyampaikan pesan atau citra tertentu serta berfungsi sebagai media pemasaran. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari visual kemasannya (Iranita, 2020). Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah desain kemasan yang baik harus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya (Bivisyani, 2021). Kemasan telah berubah fungsi dimana kemasan tidak hanya melindungi apa yang dijual, kemasan juga menjual apa yang dilindungi (Oktavia, 2017).

Pada industri makanan, kemasan tidak hanya menjadi pelindung produk didalamnya, kemasan juga dapat memberi nilai tambah dan pembeda dengan produk makanan lainya. Dengan kata lain, kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya. Persaingan suatu produk tidak lagi terbatas hanya pada keunggulan kualitas atau teknologi canggih saja, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan *emotional benefit* kepada para konsumen (Bivisyani, 2021). Oleh sebab itu kemasan harus dibuat semenarik dan seaman mungkin untuk dapat memicu respon positif konsumen dengan melakukan pembelian terhadap (Iranita, 2020). Keunikan atau estetika suatu kemasan dapat berfungsi sebagai suatu “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menarik perhatian para pembeli atau konsumen (Bivisyani, 2021).

Produk sayur adalah salah satu pendamping makanan pokok yang mampu membantu memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh (Pekalongan, 2022). Produk sayur pada umumnya dijual secara langsung pada pasar tradisional dengan keadaan yang sudah layu, terkesan kurang bersih, dan memiliki harga yang terjangkau. Sedangkan di pasar modern sayur dijual dengan keadaan yang lebih baik tentu dengan harga yang lebih mahal dibandingkan pasar tradisional. Di pasar tradisional pengemasan tidak terlalu penting karena konsumen hanya peduli pada produk dengan harga yang murah. Berbeda dengan pasar tradisional, di pasar modern kemasan menjadi elemen penting untuk menjaga kebersihan dan kualitas produk.

Kemasan juga digunakan pada produk makanan kripik, salah satunya adalah kripik bayam. Kripik bayam biasanya dikemas secara sederhana menggunakan kemasan plastik transparan dengan ditambahkan label stiker berisi informasi mengenai detail produk dan juga merek. Kemasan kripik seperti itu akan sangat mudah ditemukan disetiap tempat oleh – oleh makanan. Karena kemasan seperti itu banyak digunakan oleh para pelaku industri UKM dan UMKM untuk mengemas produk makanan ringan atau camilan. Namun kemasan ini dianggap sebagai salah satu kemasan yang sangat tidak ramah lingkungan (Pratama, 2019).

Bada adalah salah satu usaha yang menjual produk sayur dan kripik bayam. Bada adalah unit usaha yang berdiri sejak maret 2021. Bada menjual produk sayurnya secara *online* melalui sosial media dengan sistem *pre-order*, dan jasa *delivery* kusus Kota Malang. Bada hanya berfokus menjual produk sayur segarnya hanya di Kota Malang, karena Bada menjual sayur segar yang dipanen secara langsung ketika akan dikirim ke tangan konsumen. Sedangkan produk kripik bayamnya dijual secara *online* melalui sosial media. Bada sebagai unit usaha yang terbilang baru, harus memiliki kemasan yang tidak hanya menjaga dan melindungi produk didalamnya, tetapi juga dapat meningkatkan *emotional benefit* konsumen, seperti kepuasan, kebahagiaan, atau rasa bangga atas produk yang mereka beli.

## Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang didapatkan adalah, bagaimana merancang desain kemasan dapat meningkatkan *emotional benefit* konsumen.

## Tujuan

Adapun tujuan perancangan desain kemasan produk Bada, yaitu merancang desain kemasan sayur dan kripik bayam yang dapat menjaga dan melindungi produk, serta dapat meningkatkan *emotional benefit* konsumen.

## Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan desain kemasan ini yaitu :

* 1. Bagi Mahasiswa
     1. Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat diperkuliahan serta mendapatkan pengalaman didalam proses pengerjaanya
     2. Dalam perancangan desain kemasan ini adalah salah satu ruang untuk melatih kepekaan mahasiswa sebagai pemecah masalah
     3. Memberikan wawasan mengenai perancangan desain kemasan produk olahan sayur
  2. Bagi Target Konsumen
     1. Akan memudahkan konsumen untuk mengenali identitas produk maupun perusahaan
     2. Konsumen dapat mengetahui detail produk melalui desain kemasan yang dirancang oleh penulis
     3. Memberikan rasa aman terhadap konsumen untuk mengkonsumsi produk dari Bada tersebut
  3. Bagi Perusahaan
     1. Perusahaan dapat memperkenalkan produk mereka pada target konsumen yang dituju
     2. Perusahaan dapat memiliki kemasan yang berbeda dengan kompetitor, sehingga produk dapat mudah dikenali
     3. Perusahaan dapat mengenalkan identitas, karakter, serta citra perusahaan melalui desain kemasan

## Batasan Masalah

Dalam perancangan desain kemasan ini penulis memberikan batasan–batasan, agar proses perancangan berfokus pada permasalahan yang dihadapi, batasan–batasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perancangan dilakukan dalam lingkup pembuatan desain kemasan untuk dua jenis produk, yaitu sayur segar dan keripik bayam, dimana produk tersebut belum memiliki keamasan.
2. Perancangan desain kemasan diperuntukan untuk produk sayur bayam, brokoli, buncis, cabai, daun bawang, jagung, kacang panjang, kangkung, kembang kol, kentang, kubis, sawi, selada, seledri, timun, tomat, labu siam, ucet, serta wortel.
3. Perancangan desain kemasan ditujukan untuk target konsumen di wilayah Kota Malang.
4. Perancangan desain kemasan sayur ditujukan untuk pengemasan dengan pembelian langsung maupun pembelian secara *online*.
5. Media promosi pendukung meliputi desain poster berukuran A3, konten promosi feed dan story instagram, brosur, stiker, serta kalender.

## Metode

Pada perancangan desain kemasan guna menyelesaikan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, penulis menerapkan metode *design thinking*, metode *design thinking* yang digunakan adalah versi dari teori yang dikemukakan oleh Stanford University. Menurut (Kelley & Brown, 2018) *design thinking* merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia dan inovasi yang ditemukan dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan suatu bisnis. Lima tahap *design thinking* ialah: *Empathize, Define, Ideate, Prorotype,* dan *Test*. (Lazuardi, 2019).

## Tempat dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan perancangan desain kemasan dilakukan secara online melalui sosial media WhatsApp dan *offline* di kantor Bada, tapatnya di Jalan Raya Banjarejo RT. 02 RW. 01 Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Waktu pelaksanaan dimulai dari 27 September 2021 hingga 28 Januari 2022 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Rencana Waktu Perancangan Desain Kemasan Produk Bada

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **KEGIATAN** | **BULAN** | | | | |
| **SEP** | **OKT** | **NOV** | **DES** | **JAN** |
| 1 | Melakukan wawancara terhadap pihak perusahaan |  |  |  |  |  |
| 2 | Melakukan observasi |  |  |  |  |  |
| 3 | Melakukan *brainstorming* |  |  |  |  |  |
| 4 | Melakukan Analisis SWOT |  |  |  |  |  |
| 5 | Melakukan diskusi dengan pihak perusahaan mengenai konsep atau ide yang ditemukan |  |  |  |  |  |
| 6 | Membuat sketsa atau gambaran kasar desain kemasan |  |  |  |  |  |
| 7 | Diskusi dan merancang *layout* desain kemasan |  |  |  |  |  |
| 8 | Riset bahan kemasan |  |  |  |  |  |
| 9 | Merancang desain kemasan sayur dan kripik bayam |  |  |  |  |  |
| 10 | Diskusi hasil perancangan desain kemasan bersama pihak perusahaan |  |  |  |  |  |
| 11 | Membuat prototype |  |  |  |  |  |
| 12 | Melakukan ujicoba mengunakan angket |  |  |  |  |  |
| 13 | Mengevaluasi desain kemasan dan membuat media pendukung |  |  |  |  |  |
| 14 | Mencetak hasil desain kemasan |  |  |  |  |  |

## Bahan dan Alat Penelitian

Pada perancangan desain kemasan untuk produk Bada penulis menggunakan bahan dan alat sebagai berikut :

## Bahan

Adapun bahan yang digunakan penulis untuk merancang desain kemasan untuk produk Bada meliputi sebagai berikut :

* + 1. Hasil observasi langsung oprsional kegiatan Bada dari produksi hingga penjualan, dan didukung dengan observasi melalui internet terkait branding, produk, serta sistem pelayanan Bada melalui sosial media.
    2. Hasil wawancara dengan pihak perusahaan dan mitra perusahaan.

## Alat

Adapun alat yang digunakan penulis untuk merancang desain kemasan untuk produk Bada yaitu sebagai berikut :

* + 1. Alat tulis kerja

Alat tulis kerja yang penulis gunakan adalah buku tulis, bolpoin, pesil, *sketch book*, dan drawing pen. Buku tulis dan bolpoin digunakan untuk mencatat data yang didapat dari wawancara maupun observasi yang penulis lakukan, lalu untuk pesil, *sketch book*, dan *drawing pen* digunakan untuk membuat gambaran kasar dari ide – ide yang penulis temukan.

* + 1. Elektronik

Alat elektronik yang penulis gunakan adalah *handphone* dan laptop, handphone digunakan oleh penulis untuk mendokumentasikan kegiatan wawancara dan menjalankan sosial media untuk melakukan observasi dan mencari refrensi serta perbandingan. Lalu untuk laptop digunakan untuk merealisasikan ide menjadi visual, berupa desain kemasan.

## Pengumpulan Data dan Informasi

Pada perancangan desain kemasan untuk produk Bada ini penulis melakukan pengumpulan data dan informasi untuk nantinya menjadi bahan perancangan desain kemasan. Penulis mengumpulkan data dan informasi dengan melakukan studi pustaka, observasi, wawancara, serta angket berikut adalah hasil pengumpulan data dan informasi yang penulis lakukan :

1. Observasi

Pada perancangan desain kemasan produk Bada ini penulis melakukan observasi secara langsung maupun melalui internet, untuk mengetahui bagaimana bentuk visual branding, media promosi, serta sistem yang ada didalam Bada dari mulai produksi, promosi, dan penjualan produknya, yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan ide desain kemasan yang sesuai dengan keingnan dan tujuan perusahaan.

1. Wawancara

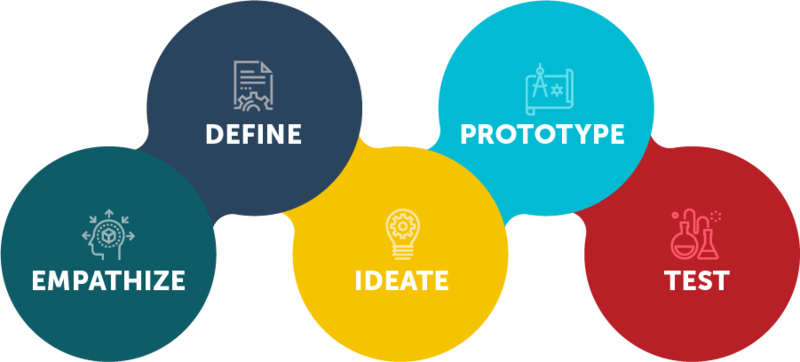
Pada perancangan desain kemasan produk Bada, penulis melakukan wawancara terhadap pihak perusahaan dan mitra perusahaan yaitu Bimo Suciono, Delita Rahmanda Sari, serta bapak Noto untuk mendapatkan data yang akurat mengenai sejarah perusahaan, tujuan perusahaan, struktur perusahaan, karakter perusahaan, serta karakter produk yang dijual, untuk mengetahui kebutuhan desain kemasan perusahaan inginksan.

## Analisis Data

Dari data dan informasi yang sudah penulis dapatkan, dilakukan analisa menggunakan metode analisis data deskriptif. Analisis data deskriptif merupakan teknik analisis yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang sudah dikumpulkan dengan apa adanya tanpa ada maksud membuat generalisasi dari hasil penelitian (samhis, 2022). Teknik pengumpulan datanya pun data dilakukan dengan proses wawancara, studi pustaka atau observasi langsung ke lapangan. Teknik analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam terkait fenomena yang diteliti.

## Prosedur

Prosedur perancangan yang dilakukan oleh penulis menerapkan metode *Design Thinking*, pada metode *Design Thinking* ada beberapa tahap seperti *Empathize, Define, Ideate, Prorotype,* dan *Test.* Berikut adalah *flowcart design thinking*.



Gambar 1. 1 Flowchart Design Thingking

(Sumber: https://link.medium.com/DIDIcDqMTqb)

Pada tahap Empathize penulis melakukan pendekatan secara mendalam terhadap pihak perusahaan, dengan cara melakukan observasi dengan memposisikan diri seolah menjadi mereka, untuk mendapatkan pemahaman empatik mengenai seperti apa desain kemasan yang sesuai dengan produk dan tujuan perusahaan. Informasi yang didapatkan dari proses tersebut digunakan sebagai bahan dasar untuk melakukan perancangan desain kemasan produk sayur segar serta keripik bayam.

Lalu pada tahap Define penulis melakukan analisa terhadap data yang didapat dengan metode analisis 5W+1H *(Why, Where, When, Who, What, How),* untuk memilah data informasi yang telah di dapatkan dan menemukan *insight* yang nantinya dapat penulis kembangkan menjadi ide perancangan desain kemasan.

Pada tahap Ideate penulis melakukan penyelidikan dan pengujian dari ide – ide yang didapatkan dengan cara membuat rancangan kasar atau sketsa untuk masing – masing ide desain kemasan yang didapatkan, lalu dilakukan akumulasi untuk menentukan bentuk atau elemen desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan produk. Lalu penulis akan membuat komprehensif desain visual kemasan dari ide terbaik yang sudah ditentukan.

Pada tahap *prototype* penulis akan membuat *prototype* kemasan dengan menggabungkan ide visual yang telah didapat dari tahap sebelumnya dengan bahan kemasan yang telah ditentukan. Selanjutnya *prototype* akan dilakukan pengujian bersama pihak perusahaan untuk mendapatkan evaluasi dan dilajutkan dengan melakukan perbaikan hingga dihasilkan *prototype* kemasan terbaik.

Pada tahap test penulis melakukan pengujian dan evaluasi desain kemasan kepada konsumen melalui angket, untuk mendapatkan evaluasi dan hasilnya akan dilakukan perubahan dan penyempurnaan untuk mendapatkan hasil desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan produk serta konsumen.

Pada pelaksanaanya apabila didapati ketidak tepatan langkah penyelesaian masalah pada salah satu tahap, maka memungkinkan untuk dilakukannya pengulangan serta pembenahan pada tahap sebelumnya sesuai masukan dan pertimbangan hasil evaluasi.

## Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang penulis gunakan dalam perancangan desain kemasan ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, metode dan sistematika penulisan mengenai perancangan desain kemasan Bada.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penelitian terdahulu dan teori terkait yang penulis gunakan sebagai elemen pendukung dalam perancangan desain kemasan Bada.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai analisa data yang digunakan sebagai bahan perancangan, proses perancangan, dan rancangan pengujian yang penulis lakukan.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan gambaran umum obyek penelitian, implementasi, dan uji coba dari hasil perancangan yang penulis lakukan.

BAB V PENUTUP

Bab berisikan kesimpulan menggenai perancangan yang penulis lakukan, dan saran yang ditujukan penulis untuk pengembangan lebih lanjut mengenai perancangan yang dilakukan.