

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah artikel di Packaging Europe ditulis bahwa, di negara-negara Eropa, penduduknya memilih suatu produk berdasarkan tampilan *packaging*-nya dan atau *package labeling*-nya tanpa memedulikan harganya. Tampilan yang menarik dari suatu produk merupakan hal yang diutamakan selain kualitas dari produknya sendiri Sehingga para produsen produk berlomba-lomba agar *packaging* produknya semenarik mungkin agar menarik konsumen untuk memilikinya (packagingeurope.com, diakses 11 Maret 2016).

Sedangkan di negara berkembang seperti Indonesia, kemasan yang menarik dan berbeda bahkan unik, diidentikkan dengan produk mahal. Dan akhirnya hanya dibeli oleh golongan tertentu saja yang sadar akan pentingnya keindahan *packaging*. Kebanyakan konsumen Indonesia belum terlalu membutuhkan kemasan yang menarik. Mereka masih mengutamakan isi dari produk atau kualitas dari produk yang mereka beli.

Dewasa ini, banyak bermunculan produk-produk dengan tampilan yang menarik. Yang menandakan mulai adanya perubahan pada perilaku konsumen Indonesia dalam memutuskan pembelian produk. Walau anggapan bahwa kemasan yang menarik adalah produk yang mahal masih melekat, produk dengan *package labeling* menarik masih banyak diminati.

Dan permasalahan akan muncul, ketika produk dengan pangsa pasar ekonomi menengah (menengah bawah – menengah atas) dan diproduksi oleh UKM akan melakukan *packaging* pada produknya. UKM akan kehilangan, atau minimal mengalami pengurangan jumlah pembeli. Karena melakukan *packaging* sendiri berarti, ada penambahan pada biaya produksi. Dan tentu akan berimbas pada harga jual produk.

Hal inilah yang terjadi dengan produsen-produsen keripik pisang aneka rasa di kawasan sentra produksi keripik pisang oleh-oleh khas Lampung. Salah satunya, produk keripik pisang Nisa. Pengemasan dan perwajahan pada produk keripik pisang Nisa masih

sederhana, dan belum memiliki *unique selling point* yang membedakan dengan produk keripik pisang yang lain. Namun pemiliknya memiliki keinginan untuk memiliki tampilan yang berbeda dengan produk yang lain.

Para produsen di kawasan ini belum berani melakukan *package labeling* dengan alasan biaya produksi. Di lain sisi, pengetahuan produsen tentang pengemasan ataupun *branding* produk masih kurang. Sehingga mayoritas produk memiliki visual yang sama. Sementara persaingan sempurna pada pasar sentra keripik pisang, memerlukan kreativitas produsen. Selain membuat produknya berbeda dengan produk lain, produk oleh-oleh ini juga seharusnya mencitrakan bahwa produk keripik pisangnya adalah keripik pisang oleh-oleh khas Lampung.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang terjadi yaitu:

1. Pengetahuan produsen tentang pengemasan dan *package labeling* masih kurang, sehingga terjadi keseragaman pada pengemasan
2. Produsen tidak berani melakukan *package labeling* atau penganekaragaman kemasan karena takut dengan biaya produksi dan kurangnya pengetahuan tentang percetakan UKM
3. Adanya anggapan bahwa produk *packaging* atau *package labeling* identik dengan produk mahal.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah untuk *package labeling* pada kemasan keripik pisang oleh-oleh khas Lampung

1. Visual seperti apa yang sesuai untuk kemasan keripik pisang agar sesuai dengan citra bahwa keripik pisang adalah oleh-oleh khas Lampung.
2. Jenis kemasan apa saja yang sesuai untuk kemasan keripik pisang berdasarkan target *market* UKM.
3. Hal-hal apa sajakah yang harus diperhatikan dalam *packaging* khususnya kemasan makanan (keripik).

4. Media pendukung apa saja yang sesuai untuk produk percontohan keripik pisang oleh-oleh khas Lampung.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada pembahasan pengemasan keripik pisang sebagai oleh-oleh khas Lampung yaitu

1. Produk percontohan untuk *package labeling*
2. *Package labeling design*
3. *Food safety* pada pengemasan makanan
4. Eksekusi pemilihan visual untuk menekankan bahwa produk adalah oleh-oleh khas Lampung

#### **1.5 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah menciptakan *package labeling design* pada kemasan keripik pisang oleh-oleh khas Lampung. Yaitu dengan membuat *package labeling* pada produk Nisa. Termasuk membuat logo dan ilustrasi pada visual kemasan produk Nisa. Sehingga memiliki visual khas yang membedakan produk keripik pisang Nisa dari produk yang lain. Juga memerhatikan keamanan kemasan bagi produk keripik yang merupakan produk pangan.

#### **1.6 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah agar produk keripik pisang oleh-oleh khas Lampung memiliki *unique selling* pada kemasan produknya. Sehingga memiliki ke-khasan Lampung dan visual yang menjadi pembeda dengan produk keripik pisang yang lain.

#### **1.7 Metoda Penelitian**

Metoda penelitian yang digunakan dalam perancangan kemasan produk keripik pisang, yaitu

1. Metoda pengumpulan data primer dilakukan dengan metoda *non probabilitas sampling*. Melalui *quota sampling* wawancara kuisisioner dengan produsen keripik pisang, dan kuesioner pada target *market*.
2. Metoda pengumpulan data sekunder didapatkan dari studi pustaka, dan literatur.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Penulisan tentang *Package Labeling Design* Pada Kemasan Keripik Pisang Oleh-oleh Khas Lampung adalah sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metoda penelitian, dan sistematika penulisan pada rancangan media kampanye.

### **2. BAB II KAJIAN DAN LANDASAN TEORI**

Berisi tinjauan deskripsi mengenai teori-teori yang mendukung penelitian perancangan media kampanye.

### **3. BAB III ANALISIS DATA**

Berisi tentang analisis data-data penelitian yang didapat untuk merancang bentuk dan jenis kemasan beserta tampilan visualnya.

### **4. BAB IV KONSEP PERANCANGAN**

Berisi tentang perancangan kemasan, logo dan visual dari kemasan keripik pisang yang didapatkan dari studi visual penelitian.

### **5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Berisi simpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian.