

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengertian umum dari kemasan adalah sesuatu yang digunakan sebagai media untuk melindungi apa yang dikemasnya. Dalam hal ini kemasan dibagi menjadi 3 yaitu kemasan primer (kemasan yang langsung berinteraksi dengan produk yang dikemas), kemasan sekunder (kemasan yang bersentuhan dengan kemasan primer) dan kemasan tersier (kemasan yang paling luar).

Menurut Hermawan Kartajaya kemasan mempunyai berbagai fungsi di antaranya:

1. Sebagai wadah, yaitu kemasan berfungsi sebagai tempat untuk produk yang didistribusikan, disimpan, dll.
2. Sebagai proteksi, kemasan yang baik juga digunakan untuk melindungi produknya dari uap air, oksigen, mikroba, cahaya Temperatur, gesekan, benturan, tekanan, dan kontaminan lain (kotoran, hewan debu, dll).
3. Dalam *marketing*, kemasan merupakan sarana komunikasi sebuah produk.

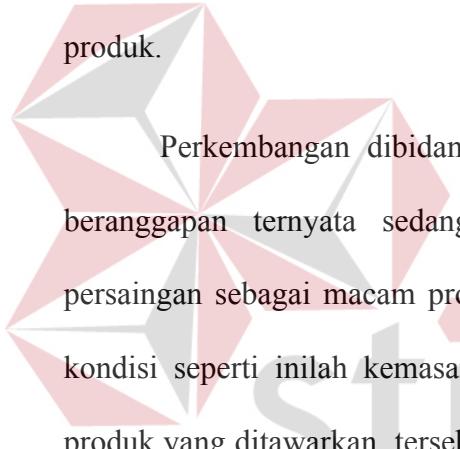
Kemasan menjadi sarana terbaik untuk mendorong konsumen untuk membeli sebuah produk dan untuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk.

Sebab kemasan bisa menjadi “*personal statement*” bagi konsumen untuk menunjukkan jati diri mereka atau dapat juga dikatakan bahwa kemasan

mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Akhirnya, kemasan sering dikatakan sebagai “*silent salesman*”.

4. Kemasan dapat memudahkan pemakaian suatu produk oleh konsumen, tergantung produk dan aplikasinya.

Berdasarkan uraian diatas, kemasan dituntut tampil lebih baik dan dapat memenuhi syarat. Menurut penulis disamping bahan kemasan yang tepat dan ramah lingkungan, faktor desain kemasan sangat menentukan daya jual sebuah produk.



Perkembangan dibidang *printing* dan *packaging* di Indonesia penulis beranggapan ternyata sedang berkembang dengan pesat seiring dengan persaingan sebagai macam produk yang semakin banyak bermunculan, dengan kondisi seperti inilah kemasan yang menarik akan menjadi nilai tambah bagi produk yang ditawarkan tersebut. Yang mana dapat meningkatkan penjualan dari suatu produk yang dikemas.

Dengan kemajuan teknologi, para dosen di tempat penulis kuliah menganjurkan pengurangan material yang tidak diperlukan di dalam kemasan, serta menghindari material yang tidak ramah lingkungan. Beberapa faktor inilah yang membuat suatu kemasan semakin diperhatikan oleh pengusaha terhadap produk - produk yang diedarkannya. Perkembangan dibidang *printing* dan *packaging* di Indonesia ternyata juga sedang berkembang dengan pesat seiring dengan persaingan sebagai macam produk yang semakin banyak bermunculan, dengan kondisi seperti inilah kemasan yang menarik akan menjadi nilai tambah

bagi produk yang ditawarkan tersebut. Dengan kemajuan teknologi, para pakar diindustri ini menganjurkan pengurangan material yang tidak diperlukan di dalam kemasan, serta menghindari material yang tidak ramah lingkungan.

Pengamatan selama di lapangan di daerah UKM berada, pengusaha Usaha Kecil Menengah (UKM) saat ini, banyak sedikitnya kurang memperhatikan kemasan yang mereka gunakan untuk mengemas produk mereka. Hanya sedikit dari produk-produk UKM tersebut yang memiliki kemasan memadai untuk bersaing dengan produk- produk olahan industri yang memiliki strategi dan tampilan kemasan kuat dalam menarik konsumen. Selain itu seringkali kemasan-kemasan tersebut dirasa kurang berfungsi optimal dalam segi proteksi, karena material-material yang mereka gunakan cenderung memilih material dengan harga lebih murah.

Penulis bermotivasi untuk membuat suatu bentuk penyajian kemasan Brem yang berbeda dengan bentuk penyajian kemasan Brem yang telah ada. Karena suatu produk yang mampu bersaing dengan produk lain dipasaran adalah produk yang berkualitas dan memiliki suatu kemasan yang inovatif. Dan seorang konsumen membeli suatu produk itu tidak melihat produknya langsung, akan tetapi melihat dari pembungkusnya terlebih dahulu atau kemasan yang bagus dan menarik yang membuat konsumen jadi memilih produk tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah maka penulis menyimpulkan bagaimana membuat kemasan Brem “Bintang Mas” dengan konsep *fresh*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk membuat suatu kemasan yang berkualitas baik, Dengan demikian kami mendapat ide untuk membuat kemasan Brem yang akan dikemas dalam kemasan sekunder bernuansa yang betujuan menarik perhatian *customer* dari penambahan *images* di kotak kemasan tersebut. Dan dikemasan Brem ini memiliki farian rasa buah. Untuk membuat kemasan seperti diatas harus kita konsultasikan terhadap pemilik UKM, daerah pemasaran produk tersebut dan sasaran konsumen yang membeli produk tersebut. Dengan data-data yang kita peroleh tersebut kita bisa membuat desain kemasan sesuai permintaan pemilik UKM.

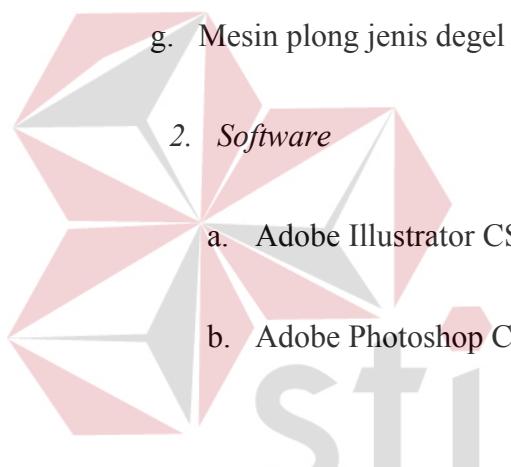
Hal ini dikarenakan dengan kemasan, produk yang ada didalamnya terlindung, bersih dan praktis. di segmen ini masih sebagian kecil para UKM Brem yang menggunakan kemasan yang kecil. Penulis sebagai mahasiswa DIII Komputer Grafis dan Cetak berharap bisa mengembangkan desain inovatif tentang kemasan Brem.

Peralatan – peralatan yang digunakan dalam proses Pracetak Brem “Bintang Mas”:

1. *Hardware*

- a. Netbook (Intel Atom N280 @1.66GHZ, HDD 140 Gb, RAM 1GB)
- b. Apple Macbook Pro (Processor Intel i7 2 GHz, 4 GB Main Memory, NVIDIA GeForce 9400M 256 MB, 500 GB Harddisk, Mac OS X 10.6.8)

- c. Indigo Print Digital Proofing
- d. Peralatan serta bahan - bahan yang digunakan untuk membuat contoh kemasan yaitu Art carton 250 gsm yang dicetak dengan digital profing, Gunting, Cutter, Bolpoint, Pensil.
- e. Mesin potong Polar Mohr Etromat 72
- f. Mesin cetak Heidelberg GTO52 (1 warna) untuk pembuatan kemasan Brem “Bintang Mas”



1.4 Tujuan

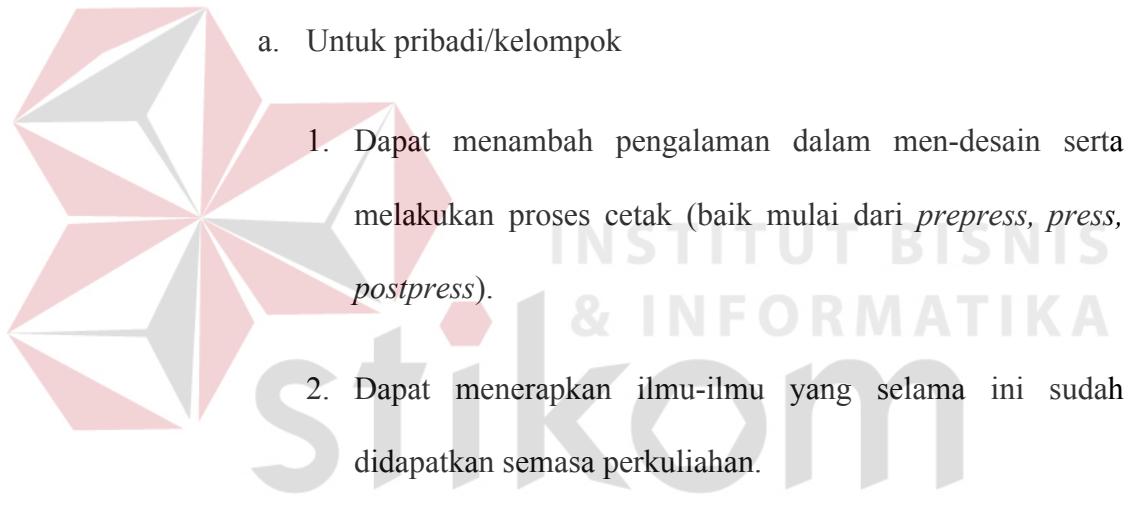
Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh para penulis dari kegiatan Tugas Akhir pembuatan desain kemasan Brem adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat penerapan ilmu yang selama ini dipelajari di perkuliahan untuk diterapkan untuk membantu kemajuan usaha kecil menengah (UKM) dalam pengembangan kemasan untuk produknya.
2. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang desain kemasan untuk produk Brem khususnya di tingkat UKM.

3. Untuk menambah pengetahuan tentang berbagai macam material, mengetahui dari proses desain, pengolahan *file digital art work*, kalkulasi biaya sampai pengaplikasiannya pada proses cetak, hingga proses finishing yang sesuai dan sebaiknya digunakan untuk mengemas produk Brem.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah:

- 
- a. Untuk pribadi/kelompok
 1. Dapat menambah pengalaman dalam men-desain serta melakukan proses cetak (baik mulai dari *prepress*, *press*, *postpress*).
 2. Dapat menerapkan ilmu-ilmu yang selama ini sudah didapatkan semasa perkuliahan.
 3. Dapat menambah pengalaman dalam melakukan usaha berwirausaha dan melakukan negoisasi.
 4. Dapat menambah pengalaman dalam mempublikasikan sebuah produk/usaha dengan proyek yang ada.
 5. Dapat memperkenalkan pengetahuan tentang desain kemasan dan material yang tepat dan lebih baik kepada pengusaha UKM.

b. Untuk UKM

1. Dapat memperoleh nilai tambah untuk produknya lewat desain kemasan yang baru.
2. Mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang desain kemasan yang lebih baik untuk produknya.
3. Dapat menjadi nilai tambah untuk bersaing dalam usahanya.
4. Memberikan perbedaan untuk produknya agar terlihat berbeda dengan produk-produk yang selama ini sudah ada.
5. Memiliki pandangan luas tentang desain kemasan dan cetak untuk perkembangan usahanya kedepan.

