

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, citra merek (*brand image*) menjadi faktor penting dalam membedakan sebuah perusahaan atau produk dari pesaingnya. Menurut Kotler dan Keller dalam (Evita, 2017), citra merek yang kuat dapat membantu membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Terutama dalam industri kreatif kerajinan tangan, desain komunikasi visual memainkan peran yang krusial dalam menciptakan citra merek yang kuat.

Di Jogja, pottery berkembang dengan pesat mulai dari Kei Pottery yang menggambarkan keindahan alam melalui karya-karya tanah liat, Kaloka Pottery dan Lukita Ceramic yang menampilkan kehalusan dan konsistensi bentuk, serta Minijoy Pottery Studio yang menghadirkan keunikan dan pesona artisan pottery yang unik. Setiap studio ini menyuarakan kreativitas yang berbeda di tengah ramainya karya pottery di Jogja.

Minijoy Pottery Studio merupakan sebuah studio kerajinan tangan yang berfokus pada pembuatan produk artisan pottery. Minijoy Pottery Studio ini telah berhasil menciptakan berbagai karya seni yang unik dan berkualitas tinggi. Selain membuat artisan pottery yang unik, Minijoy Pottery Studio juga memiliki keunikan lain yaitu selalu mengadakan *workshop* untuk masyarakat yang ingin belajar membuat pottery mulai dari membuat bentuk, mewarnai, sampai menjadi produk yang dapat digunakan dan sesuai dengan keinginan sendiri. Perbandingan harga produk dari Minijoy Pottery Studio juga termasuk menengah dibandingkan dengan studio pottery yang lainnya dengan kualitas yang sesuai. Keunikan tersebut membuat penulis ingin membantu mengembangkan citra merek dari Minijoy Pottery Studio karena berdasarkan survey penulis, Minijoy Pottery Studio

masih belum memiliki citra merek yang kuat dibandingkan dengan kompetitor pottery lainnya di Jogja.

Menurut data yang ada, penyuka pottery di daerah Jogja meliputi pria dan wanita mulai dari umur 19 sampai 35 tahun dengan status sosial menengah sesuai dengan harga dari Minijoy Potter Studio. Untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang kompetitif, Minijoy Pottery Studio perlu mengoptimalkan citra merek, salah satunya melalui desain packaging yang menarik dan konsisten dengan identitas mereknya.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Yuhaisme, pemilik Minijoy Pottery Studio, saat ini desain packaging yang digunakan oleh Minijoy Pottery Studio masih perlu dievaluasi lebih lanjut untuk memastikan kesesuaian citra mereknya. Perlu diperhatikan bahwa elemen-elemen desain tersebut dapat berperan sebagai saluran komunikasi visual yang langsung berinteraksi dengan calon konsumen. Desain yang tepat dapat mencerminkan kualitas produk, membangun citra merek yang positif, dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Minijoy Pottery Studio (Yunaida, 2017).

Packaging memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis dan pemasaran. Pentingnya packaging tidak hanya terbatas pada perlindungan produk, tetapi juga dalam mempengaruhi persepsi konsumen, membedakan merek dari pesaing, dan meningkatkan nilai penjualan. Packaging penting dalam melindungi produk dari kerusakan, goresan, dan pengaruh lingkungan yang dapat mempengaruhi kualitas produk. Fungsi perlindungan ini membantu memastikan bahwa produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi yang baik dan sesuai dengan harapan mereka.

Packaging juga berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang kuat. Melalui desain, warna, dan elemen grafis pada packaging, merek dapat menyampaikan identitasnya dan membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali. Packaging juga menyediakan ruang untuk informasi penting seperti nama produk, instruksi penggunaan, dan label yang membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang tepat.

Packaging memiliki peran dalam membedakan merek dari pesaing. Dengan desain packaging yang unik, menarik, dan sesuai dengan nilai merek, produk dapat menonjol dan menarik perhatian konsumen. Packaging yang membedakan merek membantu menciptakan kesan yang positif dan mengundang minat konsumen untuk memilih produk tersebut.

Desain packaging merupakan proses merancang tampilan visual dan struktur fisik dari kemasan suatu produk yang melibatkan pemilihan elemen desain yang mencakup penggunaan warna, tipografi, grafis, bentuk, dan materi kemasan. Tujuan desain packaging adalah untuk menciptakan kemasan yang menarik, informatif, dan fungsional, yang dapat melindungi produk, memikat konsumen, dan mencerminkan citra merek dengan baik.

Pemilihan warna adalah salah satu aspek penting dalam desain packaging. Warna dapat menciptakan kesan emosional, mengkomunikasikan pesan merek, dan membedakan produk dari pesaing. Pemilihan warna yang tepat dapat menciptakan daya tarik visual dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Tipografi juga penting dalam desain packaging. Jenis huruf, ukuran, dan tata letak teks harus dipilih dengan hati-hati untuk memastikan legibilitas dan memperkuat pesan merek. Tipografi yang tepat dapat menambah kekuatan visual dan meningkatkan daya tangkap konsumen terhadap informasi yang disampaikan dalam kemasan.

Selain itu, grafis dan gambar juga dapat digunakan dalam desain packaging untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan merek. Grafis dapat berupa ilustrasi, foto produk, atau elemen dekoratif lainnya yang menggambarkan produk atau menciptakan suasana tertentu. Penggunaan gambar yang relevan dan menarik dapat membantu menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan merek. Bentuk dan struktur fisik kemasan juga berperan penting dalam desain packaging. Bentuk kemasan harus dipertimbangkan agar sesuai dengan produk dan memberikan perlindungan yang memadai. Desain struktur kemasan yang inovatif dapat menonjolkan produk dan memberikan pengalaman yang unik bagi konsumen.



Secara keseluruhan, packaging memiliki peran yang penting dalam perlindungan produk, komunikasi merek, diferensiasi dari pesaing, dan memberikan pengalaman konsumen yang baik. Dengan desain packaging yang baik dan sesuai dengan tujuan merek, produk dapat mencapai keberhasilan dalam pemasaran dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Desain yang baik dapat menciptakan daya tarik visual dan memperkuat citra merek.

Beberapa perusahaan besar di Indonesia seperti McDonald's dan Starbucks menggunakan packaging dengan desain yang menarik dan inovatif. Packaging Happy Meal McDonald's memiliki daya tarik yang khas untuk anak-anak dan keluarga dengan desain yang menggemaskan dan berwarna cerah, kemasan ini dengan cepat menarik perhatian anak-anak, membuat mereka antusias untuk melihat apa yang ada di dalamnya. Selain menarik secara visual, packaging ini juga menawarkan pengalaman menyenangkan dengan cara memberikan *game board* di dalam packagingnya jika sudah dibuka. Ukuran dan desain packaging yang tetap membuatnya mudah untuk di genggam oleh tangan anak-anak. *Cup holder* dari Starbucks juga merupakan contoh packaging yang menarik dengan bentuknya yang praktis membuat konsumen mudah untuk membawa lebih dari satu minuman secara bersamaan. Pemilihan bahan dan bentuk fungsional dari *cup holder* Starbucks yang kokoh juga membuat konsumen tidak perlu khawatir minumannya akan tumpah selama perjalanan. Hal tersebut memberikan pengalaman yang lebih bersih dan rapih bagi para pelanggan. Kedua packaging tersebut menambahkan citra merek dari kedua perusahaan karena secara tidak langsung konsumen sudah mengetahui bahwa kedua perusahaan tersebut sudah identik dengan packaging yang menarik dan inovatif.

Dengan memperhatikan hal tersebut, Minijoy Pottery Studio membutuhkan karya ini dengan tujuan untuk mengembangkan desain packaging yang berfokus pada meningkatkan citra merek Minijoy Pottery Studio. Melalui karya ini, diharapkan dapat ditemukan solusi desain yang

inovatif dan efektif untuk meningkatkan daya tarik produk dan kesadaran merek Minijoy Pottery Studio di kalangan khalayak.

Karya desain packaging yang dibuat untuk Minijoy Pottery Studio menampilkan keunikan yang memikat. Packagingnya menampilkan desain minimalis dengan aksen motif artisan yang memperkuat identitas merek. Karya-karya ini mencerminkan keberanian Minijoy Pottery Studio dalam mengeksplorasi desain yang kreatif dan inovatif. Keseluruhan pengalaman visual yang dihasilkan dari packaging tersebut memiliki sentuhan personalisasi dengan logo Minijoy Pottery Studio dan menciptakan identitas merek yang menarik, eksklusif, memikat bagi pelanggan dan memperkuat identitas merek. Dengan keunikan yang ditampilkan dalam karya ini, Minijoy Pottery Studio berhasil menarik perhatian dan memperkenalkan produk-produk mereka kepada khalayak yang lebih luas, serta memperlihatkan dedikasi dan keahlian mereka dalam menciptakan karya seni artisan pottery yang unik dan berkualitas tinggi.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Fokus Permasalahan**

Karya ini berfokus pada pengembangan desain packaging yang dapat meningkatkan citra merek Minijoy Pottery Studio dalam industri kerajinan tangan. Tujuan utama karya ini adalah untuk menciptakan desain yang menarik, konsisten dengan identitas merek, memperkuat identitas merek dan mampu mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk-produk Minijoy Pottery Studio.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana mengembangkan desain packaging dari Minijoy Pottery Studio untuk memperkuat citra merek mereka ?

### 1.3 Tujuan

Pembuatan dari pengembangan desain packaging untuk Minijoy Pottery Studio memiliki tujuan yang jelas. Pertama, penulis bertujuan untuk meningkatkan daya tarik packaging agar dapat mencerminkan keunikan produk artisan pottery Minijoy Pottery Studio. Dalam desain packaging, penulis akan menggunakan elemen motif yang khas dan memperhatikan pemilihan bahan yang memberikan kesan unik dan berkualitas tinggi. Tujuan penulis adalah menyampaikan pesan merek yang jelas melalui desain packaging yang mencerminkan identitas dan keunikan Minijoy Pottery Studio, juga memperkenalkan Minijoy Pottery Studio kepada khalayak yang lebih luas.

Penulis juga memiliki tujuan untuk menggunakan desain packaging sebagai alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan citra merek Minijoy Pottery Studio. Penulis akan menghasilkan desain yang memperkuat identitas merek dan dapat dikenali dengan mudah. Desain ini akan menarik perhatian dan mampu mengkomunikasikan nilai-nilai merek kepada pelanggan potensial. Penulis akan memastikan keterkaitan dan konsistensi visual, sehingga menciptakan citra merek yang kohesif dan mudah diingat. Dengan pengembangan karya ini sebagai alat pemasaran yang efektif, penulis berharap dapat menghasilkan karya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan identitas dan keunikan Minijoy Pottery Studio, serta membantu memperluas target pasar dan meningkatkan kesadaran merek mereka.

### 1.4 Manfaat

Berikut adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis dari pengembangan desain packaging yang telah dibuat untuk Minijoy Pottery Studio:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Pentingnya desain packaging yang mencerminkan identitas merek dan keunikan produk, sehingga memudahkan konsumen mengenali dan menghubungkannya dengan Minijoy Pottery Studio.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Meningkatkan kesan profesional dan kualitas produk Minijoy Pottery Studio di mata konsumen, sehingga memperkuat citra merek dan meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan.
2. Memudahkan konsumen dalam membawa dan menjaga produk Minijoy Pottery Studio, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna.
3. Meningkatkan kesadaran merek Minijoy Pottery Studio di kalangan audiens yang lebih luas.

