

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan ide-ide kreatif terus berkembang, seperti mengembangkan kemasan dengan tampilan terbaik, untuk membangun suatu identitas kemasan serta mempromosikan. Mempertahankan suatu badan usaha tidak hanya berfokus pada kualitas produk yang dipercaya pelanggan, bukan hanya memiliki design yang bagus di kemasan, namun juga pada strategi kemasan yang berdampak signifikan terhadap minat konsumen dan target pasar.

Kemasan merupakan salah satu unsur penting dalam pendistribusian dan pemasaran produk, tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen, serta segala bentuk bahan atau wadah yang digunakan mengemas, menyimpan, melindungi dan menyajikan produk lalu menciptakan kondisi distribusi yang menguntungkan dan meningkatkan daya produk di pasar. Menurut Cenadi (2000) kemasan perlu mampu menarik perhatian dalam hal *visual*, emosional, dan logika. Desain kemasan yang efektif memberikan nilai lebih pada produk yang dikemas.

Rebranding merupakan Langkah strategis untuk mengubah wajah merek sebuah Perusahaan, produk, atau layanan, untuk meningkatkan pemahaman dan pengenalan merek, mengubah cara pandang konsumen, serta menciptakan citra baru yang lebih sesuai dengan pasar yang dituju. Menurut Darmawan & Fauzi (2022) rebranding merupakan langkah strategis yang dilakukan suatu entitas untuk memperbarui identitasnya, biasanya melalui perubahan *visual*, agar tampak lebih segar dan memiliki daya saing yang lebih baik.

DAPOER MANG UZEL merupakan sebuah usaha makanan yang didirikan di Bintaro dari mulai Februari 2019 hingga saat ini. Usaha ini menjual aneka macam makanan, seperti mie ayam, pempek Palembang, nasi goreng, nasi mandi, nasi kebuli,

batagor, dan cwie mie malang. Tetapi DAPOER MANG UZEL memiliki kekurangan dalam sebuah kemasannya.

Kemasan usaha DAPOER MANG UZEL ini mempunyai kekurangan seperti identitas usaha dalam kemasan, kemasan yang kurang menarik untuk konsumen, serta belum adanya ciri khas kemasan untuk menjadi pembeda dengan yang lain. hal tersebut di sebabkan karena tidak memiliki kemasan tetap yang tidak memberi tahu sebuah identitas usaha dan untuk mempertahankan eksistensinya. Maka dengan melakukan perancangan ulang Kemasan, DAPOER MANG UZEL akan mendapatkan keuntungan, Seperti memiliki kemasan yang dapat memberi tahu identitas usaha, kemasan tetap, dapat menarik konsumen melalui kemasan yang menarik, serta dapat menciptakan pengalaman berkesan, dan memperkuat indra konsumen melalui kemasan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kemasan tidak memiliki *visual* yang dapat menarik konsumen.
2. belum memiliki ciri khas kemasan untuk menjadi pembeda dengan yang lain.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kemasan tersebut dapat memberikan identitas usaha?
2. Bagaimana merancang kemasan DAPOER MANG UZEL yang menarik konsumen?

1.4 Batasan Masalah

Redesain kemasan untuk usaha DAPOER MANG UZEL dengan tujuan memperkuat identitas usaha. Dengan Harapan Agar dapat menarik konsumen, memberikan pengalaman berkesan, dan memperkuat identitas usaha.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang ulang kemasan DAPOER MANG UZEL, dengan konsep memiliki *visual* menarik dari sebuah Identitas usaha DAPOER MANG UZEL, memperkuat identitas, Dan dapat menarik perhatian konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Merancang ulang kemasan menyentuh beberapa aspek yang salah satunya adalah Desain grafis yang merupakan wajah dari kemasan, karena dapat menceritakan identitas usaha, serta memberikan kesan pertama yang kuat. hal ini penting dalam merancang ulang kemasan untuk memperkuat daya tarik Konsumen pada DAPOER MANG UZEL.

1.6.2 Manfaat Praktis

Melakukan perancangan ulang kemasan dapat membantu dalam meningkatkan persepsi DAPOER MANG UZEL, karena dengan melakukan perancangan ulang kemasan bisa memberi kesan bahwa Usaha ini dapat Berkembang dan bisa meningkatkan persepsi positif Konsumen terhadap Usaha DAPOER MANG UZEL, lalu memperkuat identitas usaha dan dapat menarik para konsumen.

1.6.3 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Sebagai instruksi untuk membimbing siswa dan guru dalam melakukan perancangan ulang kemasan, menawarkan saran praktis tentang cara memamerkan bisnis mereka secara efektif melalui tutorial, dan menjadi referensi bagi siswa yang melakukan penelitian tentang topik yang sama.

1.6.4 Bagi Peneliti

Meningkatkan kemahiran dan orisinalitas penulis dalam mengatasi masalah melalui karya desain berbasis komunikasi *visual* yang terlibat dengan merancang ulang kemasan. Serta Peneliti akan mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai proses inovasi kemasan hingga ide, serta dampaknya terhadap persepsi konsumen.

1.6.5 Bagi Masyarakat

Merancang ulang kemasan DAPOER MANG UZEL diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, seperti meningkatkan kesenangan *visual*, membangun identitas merek, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

1.7 Sistematika Penulisan

Kerangka ini memberikan penelitian yang jelas dan sistematis serta memudahkan pembaca mengikuti alur penelitian dan mencakup seluruh aspek penting terkait “Desain

ulang kemasan DAPOER MANG UZEL” sehingga memungkinkan pembahasan menyeluruh.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini, menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang menunjukkan dan mengidentifikasi hal-hal yang dapat menyebabkan suatu isu. Selain itu, dijelaskan juga tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bagian ini bertujuan sebagai pengantar dan penjelasan mengenai suatu permasalahan serta menghasilkan langkah awal yang berisi kerangka teori dasar yang akan diterapkan dalam bab-bab selanjutnya.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori yang relevan, Seperti Desain kemasan sebagai teori utama, lalu fungsi kemasan, komunikasi pemasaran, dan branding sebagai teori pendukung.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah sistematis untuk mencapai tujuan desain. Metodologi ini memastikan proses desain yang efisien, efektif dan terstruktur. Dalam bab ini, Anda akan menemukan alur kerja, dan jadwal kegiatan.

BAB 4 STRATEGI KREATIF

Strategi inovatif adalah fondasi pokok dalam merancang kemasan Dapoer Mang Uzel agar bisa mengkomunikasikan pesan merek dengan cara yang menarik dan efektif kepada para konsumen. Pendekatan ini menitikberatkan pada penciptaan ide visual dan kata-kata yang mencerminkan identitas merek sebagai bisnis kuliner rumah yang ramah, autentik, tetapi tetap memiliki nuansa modern dan profesional. Ide kreatif yang diusung adalah “Cooked with Heart, Served with Story”, yang menunjukkan bahwa setiap hidangan merupakan buah dari keikhlasan dan kisah unik dari masakan rumahan.

BAB 5 KESIMPULAN

Perancangan rebranding kemasan Dapoer Mang Uzel berhasil menghadirkan kemasan baru yang lebih representatif, higienis, dan komunikatif. Dengan mengusung

konsep “Cooked with Heart, Served with Story”, desain kemasan dirancang untuk mencerminkan nilai emosional dari makanan rumahan khas Indonesia. Pemilihan bahan ivory 300 gsm berlaminasi food-grade juga mendukung keamanan makanan serta citra profesional. Seluruh elemen visual dan verbal dirancang untuk menjangkau target pasar secara efektif dan membentuk identitas brand yang kuat.

