

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dunia *fashion style* merupakan pasar yang baik dalam menunjang kebutuhan manusia. Seperti halnya pakaian, celana *jeans*, topi, dan sepatu. Dengan berkembangnya dunia *fashion style*, semakin berdampak dengan lahirnya inovasi-inovasi yang digunakan oleh pegiat/pengusaha. Sepatu merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan dunia *fashion*. Sepatu memiliki ribuan bentuk dan model yang dapat digunakan untuk menunjang aktivitas sehari-hari.

Kemasan produk sendiri merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah *brand* yang akan memasarkan produknya. Hal ini disebabkan desain kemasan pada suatu produk dapat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap *brand* tersebut. Desain kemasan juga memiliki peranan penting dalam penggambaran dan menampilkan ciri khas produk.

Hermawan Kartijaya, pakar pemasaran pernah mengatakan “*Teknologi telah mengubah fungsi kemasan produk berubah fungsi. Dimana masyarakat beranggapan bahwa kemasan produk melindungi kemasan yang dijual, menjadi kemasan produk menjual produk yang dilindungi.*” (Cenadi, 2009). Makna kemasan untuk saat ini menunjukkan pelindung produk harus dapat menjual produk yang dikemasnya.

Sepatu Ssempac hadir ikut meramaikan dunia sepatu tanah air, *brand* yang awalnya dibangun dengan nama Campess yang mengusung konsep *bootleg* pada saat itu harus melakukan *rebranding* kembali karena mendapat *takedown* dari kompetitor. Akhirnya lahirlah *brand* sepatu lokal Ssempac dengan konsep yang berbeda dari sebelumnya. Beralih dari *bootleg/parody* menjadi *brand* dengan

konsep *urban streetwear* dan *skate shoes*.

Dari permasalahan di atas menarik minat penulis untuk melakukan penyelesaian masalah menggunakan keilmuan DKV yang telah dipelajari oleh penulis, dengan cara membuat sebuah perancangan kemasan Sepatu Ssempac “Gaeler” sebagai media promosi. Perancangan ini diharapkan nantinya dapat membantu Sepatu Ssempac dalam meningkatkan daya jual.

I.2 Rumusan Masalah Perancangan

1. Bagaimana cara merancang desain kemasan Sepatu Ssempac yang dapat menampilkan ciri khas produk?
2. Bagaimana merancang kemasan sepatu Ssempac sehingga dapat meningkatkan daya jual produk?

I.3 Batasan Perancangan

1. Merancang kemasan untuk menarik daya beli remaja, ke dewasa rentang usia 14 sampai 25 tahun.
2. Penelitian ini dilakukan hanya kepada konsumen/pengguna sepatu.

I.4 Tujuan Perancangan

1. Membuat desain kemasan produk seri “Gaeler” rilis.

I.5 Manfaat Perancangan

Hasil dari perancangan ini, penulis berharap dapat bermanfaat bagi beberapa bidang, yaitu:

1. Bagi STSRD Visi

Diharapkan perancangan ini nantinya dapat digunakan sebagai kajian mahasiswa yang membutuhkan serta memperkaya literatur akademik dan kepustakaan bagi STSRD Visi.

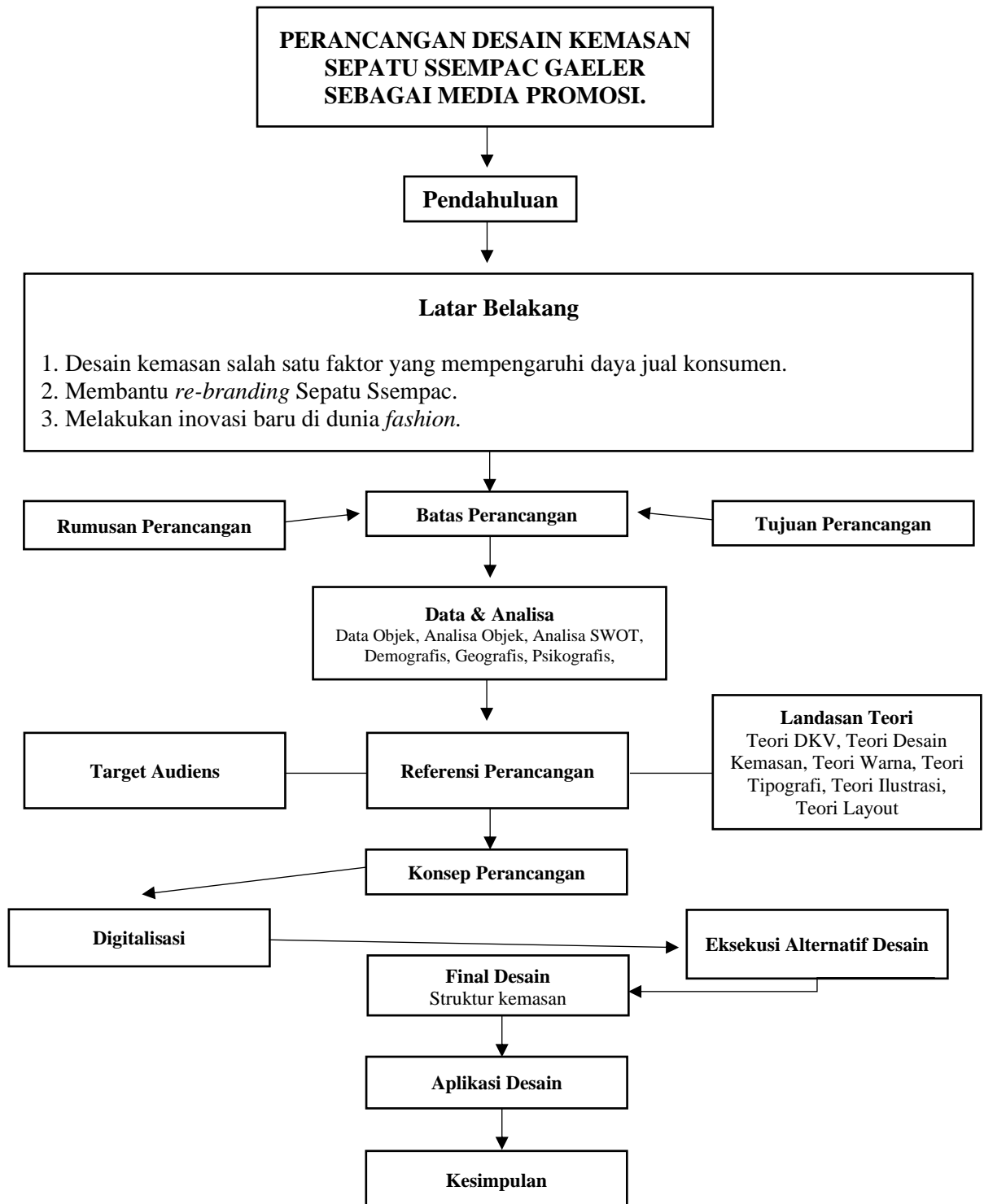
2. Bagi Bidang Keilmuan DKV

Diharapkan perancangan ini dapat menjadi acuan dalam pembelajaran pembuatan desain kemasan terutama desain kemasan sepatu.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menjadi informasi terhadap masyarakat tentang pengaruh desain kemasan terhadap daya jual produk.

I.5 Skema Perancangan



Tabel 1 : Skema Perancangan