

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era modern seperti saat ini teknologi sudah berkembang sangat pesat, hampir semua bidang usaha di dunia ini menggunakan teknologi untuk menjalankan bisnisnya, kemajuan teknologi yang sangat pesat ini tentu saja memberikan dampak yang cukup signifikan terutama dalam persaingan bisnis antarperusahaan, semakin majunya teknologi persaingan yang terjadi akan semakin panas, hampir semua perusahaan selalu melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk memberikan kenyamanan serta keamanan bagi para customernya agar mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi.

Dengan adanya persaingan yang sangat panas ini, tentu saja perusahaan juga memerlukan human resource yang juga memadai, oleh karena itu pada era sekarang masyarakat dituntut untuk memahami teknologi, keadaan seperti saat ini memaksa masyarakat agar mengerti cara menggunakan teknologi yang baik dan benar, karena semakin majunya perkembangan teknologi di dunia ini membuat tingginya juga tingkat persaingan baik itu di dunia kerja maupun antar perusahaan, oleh karena itu masyarakat dituntut untuk memahami bagaimana cara kerja suatu teknologi.

Banyak sekali skill-skill baru yang harus dikuasai masyarakat agar dapat bersaing dengan yang lainnya, salah satunya adalah skill mengenai digital marketing, dimana di era modern seperti saat ini yang hampir semua aktivitasnya dilakukan secara digital. Oleh karena itu skill yang harus dimiliki juga harus dapat

bersaing dengan teknologi era sekarang ini, untuk memasarkan produk, banyak perusahaan yang sudah menggunakan teknologi digital seperti contohnya desain grafis, desain grafis itu sendiri merupakan suatu bentuk promosi produk melalui desain, desain suatu produk memiliki peranan yang sangat penting dalam pembentukan image produk tersebut dimata masyarakat, kemasan memegang peranan yang sangat penting sebagai bentuk penjualan, terutama pada saat dihadapkan dengan persaingan ketat dari berbagai produk (Ardua, 2007:11).

Didalam sebuah perusahaan banyak sekali skill-skill yang harus dikuasi agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, perkembangan jaman yang cukup pesat ini menjadi suatu tuntutan tersendiri yang terjadi dimasyarakat agar masyarakat menjadi lebih bersaing antar satu dengan yang lainnya, sumber daya yang tinggi menjadi nilai tersendiri yang harus dimiliki oleh banyak masyarakat agar dapat bersaing di suatu perusahaan, karena hampir di era saat ini pemasaran perusahaan lebih sering dilakukan secara online, karena selain lebih mudah, cara tersebut juga sangat menghemat waktu dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.



Sumber: Internet

Dari bagan diatas dapat dilihat bahwa ditahun 2020 presentase pengguna internet di Indonesia sangat banyak sekali, sebanyak 160 juta masyarakat Indonesia aktif dimedia sosial dan sebanyak 175 juta masyarakat aktif menggunakan internet, hal tersebut tentu saja menjadi suatu alasan yang cukup kuat akan penggunaan internet sebagai media pemasaran, karena jangkauan pasar yang sangat luas inilah yang melatar belakangi suatu perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan jaman agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang ingin diambil oleh peneliti adalah bidang desain grafis produk, hal tersebut dilatar belakangi karena ketertarikan peneliti terhadap editing desain suatu produk.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari peneliti adalah ingin mengasah kemampuan mendesain kemasan suatu produk, dan juga agar mendapat pengalaman serta manfaat didunia kerja yang sebenarnya.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

I.4.1. Bagi Mahasiswa

Tujuan dari adanya kerja praktik ini diharapkan agar peneliti dapat mengasah skill-skill yang dibutuhkan di era sekarang ini, terutama desain produk, serta untuk mendapatkan suatu pengalaman baru mengenai dunia kerja.

I.4.2. Bagi Perusahaan

Kerja praktik yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak perusahaan, dan juga meningkatkan kinerja perusahaan tersebut.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Desain Grafis

Desain Grafis merupakan suatu aspek yang cukup penting dalam bidang promosi, yang dimana desain grafis ini mencakup desain kemasan suatu produk.

Kemasan suatu produk cukup penting dalam bidang pemasaran produk, hal itu menjadikan bahwa desain suatu kemasan harus menarik dan dapat menarik minat konsumennya. Kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen dalam waktu yang singkat, yaitu setengah detik untuk dikenali dan setengah detik kemudian untuk dicintai (Gobe, 2003). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa desain kemasan suatu produk menjadi faktor yang cukup penting dalam bidang pemasaran produk kepada konsumen. Dalam pembuatan suatu desain produk mencakup beberapa elemen penting, yaitu teks, warna, dan juga elemen visual.

Teks dalam suatu desain kemasan cukup penting yang dimana teks itu sendiri menjadi suatu penjelas produk tersebut, oleh karena itu kejelasan teks dan juga pemilihan font yang tepat harus cukup diperhatikan dalam pembuatan desain kemasan, yang selanjutnya adalah warna. Warna dalam desain grafis merupakan suatu elemen yang sangat penting, yang dimana warna ini dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk tersebut, oleh karena itu warna menjadi suatu hal yang cukup penting juga dalam pembuatan suatu desain kemasan, Yang terakhir adalah elemen visual, elemen visual dalam suatu desain kemasan sungguh sangat penting bagi suatu desain produk, elemen visual dapat menjadi suatu penarik minat pembeli, yang dimana kemenarikan suatu produk biasanya juga didukung oleh elemen-elemen visual yang menarik.

1.5.2. Internet

Internet merupakan suatu platform yang cukup sering digunakan oleh banyak khalayak masyarakat, kegunaan internet itu sendiri sangatlah banyak, hampir semua bidang menggunakan yang namanya internet, salah satunya adalah

bidang pemasaran produk. Bidang pemasaran sebuah produk di era sekarang ini banyak sekali yang memanfaatkan adanya internet sebagai media pemasaran mereka, hal tersebut mereka lakukan dikarenakan internet sendiri dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan juga memiliki potensi yang cukup menjanjikan dalam bidang pemasaran sebuah produk.

1.5.3. Media Massa

Media massa menjadi suatu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat luas, hal tersebut dikarenakan media massa menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan dan juga paling banyak di akses, dengan adanya kemudahan akses tersebut membuat media massa menjadi media yang paling eksis dan paling banyak digunakan. Dalam bidang pemasaran produk media massa menjadi suatu media yang sangat menguntungkan, hal tersebut dikarenakan media massa menjadi suatu media yang memiliki cangkupan yang sangat luas, dalam pemasaran suatu produk peran desain grafis cukup besar disini yang dimana desain grafis berperan sebagai pembuat kemasan produk, kemasan produk itu menjadi suatu unsur yang penting dalam promosi, sehingga kemenarikan suatu desain kemasan menjadi hal yang cukup penting dalam promosi di media.

1.5.4. Aktifitas Desainer Grafis

Desainer grafis merupakan suatu profesi yang dimana profesi ini benar-benar sangat mengandalkan kreatifitas. Profesi ini juga merupakan salah satu profesi yang penting dalam suatu perusahaan, yang dimana peran seorang desainer grafis ini merupakan suatu peran yang penting dalam bidang pemasaran produk. Desain kemasan produk yang akan dipasarkan harus didesain semenarik mungkin

untuk menunjang pemasaran produk tersebut. Hal tersebut lah merupakan tugas dari seorang Desainer grafis.

Tugas dari peneliti dalam kerja praktik kali ini adalah menjadi seorang Desainer Kemasan Produk Kopi di PT. Aneka Coffee Sidoarjo. Tugas-tugas yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat suatu desain yang menarik untuk menjadi kemasan produk kopi Prima yang akan dipasarkan kepada konsumen, kesulitan dari pembuatan kemasan produk sendiri adalah sulitnya mencari ide kreatif yang original untuk menjadi desain kemasan produk kopi Prima.