

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Di tengah perkembangan industri kreatif yang semakin pesat, usaha produk – produk *handmade* menjadi salah satu sektor yang terus diminati oleh berbagai kalangan. Usaha produk *handmade* tidak hanya menawarkan keunikan dan nilai estetika yang tinggi, tetapi juga memberikan sentuhan personal yang tidak biasa ditemukan pada usaha produk massal. Usaha produk *handmade* hingga saat ini masih kerap menghadapi berbagai kendala yang menghambat peningkatan daya tarik serta keberlanjutan usaha. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah tantangan dalam merancang dan menentukan bentuk kemasan yang tepat, sebagaimana diungkapkan dalam artikel (Asfaw Eshetu & Mekonen, 2024), terdapat beberapa kendala yang harus diatasi oleh industri kerajinan tangan, terutama kendala dalam kemasan, pemasaran dan pencitraan merek. Saat ini, banyak usaha produk *handmade* khususnya UMKM yang didirikan secara perseorangan masih belum memiliki strategi kemasan yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penyebab utamanya adalah keterbatasan dalam kemampuan pemanfaatan teknologi modern. “Produk *handmade* ini tidak dikemas karena produknya yang tidak beraturan dan bingung desainnya harus bagaimana” ungkap Ayu selaku pemilik usaha *handmade* rajut. Keterbatasan ini menjadi hambatan yang cukup signifikan, terutama di era digital saat ini yang sangat memerlukan adanya tampilan.

Salah satu usaha produk *handmade pipe cleaner* atau kawat bulu yang saat ini masih berkembang di Singaraja yaitu Dayme Gift. Dayme Gift berdiri sejak tahun

2024, yang didirikan oleh Putu Ayu Mendesiani (23 tahun) dan Ni Nyoman Devi Mahayuni (23 tahun). Usaha *handmade* ini belum memiliki toko fisik permanen, namun aktif dipromosikan melalui platform Instagram dan menjual produknya setiap hari Minggu dalam kegiatan *Car Free Day* di Taman Kota Singaraja. *Handmade* yang dibuat dan di pasarkan oleh Dayme Gift yaitu kreasi bunga pot dari kawat bulu, gantungan kunci serta buket (buket bunga dan buket hadiah). Dari ketiga produk *handmade* tersebut, kreasi bunga pot dari kawat bulu yang paling menonjol karena memiliki daya tarik visual yang kuat serta bentuk yang unik dan artistik. Setiap lengkungan kawat dan sentuhan lembut dari bulu – bulu yang digunakan menciptakan tampilan yang elegan namun tetap sederhana, sehingga mampu menarik perhatian berbagai kalangan. Keunikan ini tidak hanya menjadikan kreasi bunga pot dari kawat bulu tersebut sebagai dekorasi yang menarik, tetapi juga sebagai karya seni yang memiliki nilai estetika tinggi. Oleh karena itu, produk ini memerlukan kemasan yang dirancang secara khusus, bukan hanya untuk menjaga keutuhan dan kualitasnya selama proses penyimpanan dan pengiriman tetapi juga untuk memperkuat citra eksklusif dari produk itu sendiri. Kemasan yang tepat akan memberikan kesan pertama yang kuat kepada konsumen, mencerminkan nilai dan keindahan dari isi di dalamnya, serta memperkuat identitas merek secara keseluruhan.

Dalam rangka itu, tugas akhir ini memiliki fokus dalam perancangan pengembangan kemasan sebagai media promosi utama untuk produk *handmade* berbentuk tidak standar, yaitu kreasi bunga pot dari kawat bulu Dayme Gift. Berbeda dengan produk *handmade* sejenis yang umumnya dipasarkan tanpa kemasan khusus, perancangan ini menghadirkan kemasan yang tidak hanya

berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga merepresentasikan nilai proses *handmade* melalui visual ilustratif, warna cerah, serta kesan hangat dan personal. Selain itu, kemasan dirancang secara terintegrasi dengan berbagai media promosi pendukung seperti tag, logo, kartu nama, papan nama, t-shirt, tote bag, dan feed Instagram guna membentuk identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali. Pendekatan ini menjadi pembaruan karena menggabungkan aspek estetika, storytelling produk, serta strategi promosi yang disesuaikan dengan karakter target pasar remaja, sekaligus tetap mempertimbangkan efisiensi biaya produksi bagi usaha *handmade* skala kecil.



Gambar 1.1 Produk Kreasi Bunga Pot dari Kawat Bulu

(Sumber :

<https://www.instagram.com/dayme.gift?igsh=MXZkcWZvd3lva2tncw==>, 4 Juni 2025)

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

- (1) Bagaimana merancang desain kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu yang inovatif, menarik dan sesuai dengan karakteristik produk serta target pasar?

- (2) Bagaimana menciptakan media promosi pendukung yang senada dengan desain kemasan untuk memperkuat citra produk?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan judul ini, tentunya ada batasan masalah, antara lain:

- (1) Pembatasan difokuskan pada perancangan desain kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu yang dapat meningkatkan citra produk.
- (2) Selain melakukan perancangan kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu, fokus kedua yaitu merancang media promosi berupa tag, logo, kartu nama, papan nama, t-shirt, totebag dan feed Instagram.

1.4 Tujuan perancangan

Adapun tujuan yang ingin penulis berikan dalam perancangan kemasan ini antara lain:

- (1) Merancang desain kemasan yang inovatif dan menarik agar mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk kreasi bunga pot dari kawat bulu.
- (2) Menciptakan media promosi pendukung berupa tag, logo, kartu nama, papan nama, t-shirt, totebag dan feed Instagram yang senada dengan desain kemasan untuk memperkuat citra produk.

1.5 Manfaat perancangan

Adapun manfaat perancangan kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu sebagai berikut:

- (1)Bagi masyarakat, manfaat dari perancangan kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu untuk memperkenalkan produk *handmade* yang unik dan istimewa.
- (2)Bagi usaha, manfaat dari perancangan kemasan produk kreasi bunga pot dari kawat bulu untuk meningkatkan produk dan memperkenalkan produk kepada konsumen luas.
- (3)Bagi penulis, mendapat pengalaman dan menambah skill mendesain dalam pembuatan media promosi.
- (4)Bagi Universitas Pendidikan Ganesha hasil perancangan ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah referensi mengenai perancangan desain dan promosi kemasan suatu produk.

1.6 Sasaran/Target perancangan

Target utama hasil perancangan ini adalah remaja usia 15-18 tahun, khususnya siswa SMP dan SMA yang cenderung menyukai produk *handmade* dengan desain visual yang unik, estetik dan kekinian, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk *handmade* serta memperluas jangkauan pasar di kalangan generasi muda.