

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini di mana situasi persaingan dalam pasar semakin tajam dan sangat ampuh untuk menarik perhatian konsumen. Pertarungan produk tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas atau teknologi canggih semata, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan *emotional benefit* kepada konsumen.

Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam adalah melalui desain kemasan. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan pemicu karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk; karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan.

Masalah yang di hadapi oleh PT. MARKTEL di era globalisasi ini yang memiliki komitmen dan dedikasi yang tinggi dalam pengembangan lampu lalu lintas, PT. MARKTEL juga selalu melakukan riset dan pengembangan Traffic Light produksinya agar selalu ada inovasi sehingga Traffic Light produksinya selalu berada di posisi terdepan.

Inovasi-inovasi yang di kembangkan oleh PT.MARKTEL tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa banyak sekali hal-hal yang kurang di sadari dari produksi yang selalu di posisi terdepan sekarang misalnya suatu masalah yang di hadapi oleh PT.MAKTEL ini adalah identitas produk kemasan yang dari tahun ketahun belum terpecahkan masalahnya dikarenakan kurangnya perhatian dari perusahaan untuk mendesain kemasanya.

PT. MARKTEL juga mempunyai kekurangan di identitas kemasan yang sangat tertinggal sekali inovasi dan kreasi dalam mendesain suatu kemasan untuk

produk-produk baru yang di hasilkan oleh PT.MARKTEL jangan pun produk baru PT.MARKTEL kemasanya produk yang sebelumnya saja yang sudah lama di pasarkan pun kini sudah di lupakan mengenai identitas produknya.

Pada hal produk yang sudah lama ini adalah suatu produk yang bisa di bilang sangat pital atau pun sangat rutin digunakan di perbaiki atau pun di ganti menjadi baru yaitu produk lampu *Traffic Light* yang sangat sering kita jumpai di perempatan dan di persimpangan jalan dalam kota atau pun luar kota dan lagi tidak ada upaya apa pun untuk mendesain suatu kemasan produk ini.

Pengiriman barang pun sering bermasalah untuk pengiriman yang lumayaan jauh seperti keluar pulau dan sering bermasalah dibagian pengepakan barang yang akan di angkut oleh truk atau pun container sering terjadi rusaknya barang,sering tertimpa benda berat mengakibatkan produk menjadi rusak saat di kirim kepada konsumen di karenakan tidak adanya identitas produk dan ketentuan memperlakukan barang saat di kemas atau pun di muat ke dalam truk atau pun container.

Mungkin permasalahan yang sangat mendasar atau pun bisa di selesaikan tapi masalah yang di hadapi oleh PT.MARKTEL sering terjadi dan sering terulang tidak adanya perhatian yang serius untuk identitas kemasan produk PT. MARKTEL.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang di dapat pada perusahaan PT.MARKTEL ini mengenai identitas kemasan yang belum ada pada kemasan produk-produk PT.MARKTEL maka dari itu identifikasi masalah dari PT.MARKTEL ini adalah :

1. Tidak adanya identitas kemasan pada produk-produk *Traffic Light* yang di hasilkan oleh PT.Marktel.
2. Kurangnya perhatian perusahaan terhadap desain kemasan
3. Tidak adanya kejelasan mengenai identitas produk pada kemasan PT.Marktel
4. Selalu mengesampingkan desain identitas produk pada kemasan PT.Marktel

1.3 Fokus masalah

Pembatasan ini juga bertujuan agar perancangan lebih terfokus pada suatu jenis kategori produk yang akan diteliti nantinya. Penulis tidak membahas keseluruhan tentang PT.MARKTEL tetapi lebih membahas tentang :

1. Perancangan Identitas pada produk dan identitas kemasan produk PT.MARKTEL yang sampai saat ini belum di garap oleh PT.MARKTEL untuk media informasi dan identitas produk.

1.4 Tujuan perancangan

Melihat permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari perancangan ini adalah:

- Mendesain identitas produk pada kemasan produk PT.MARKTEL.
- Memberitahukan pentingnya perancangan identitas produk bagi produk-produk PT.MARKTEL.