

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

Desain kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat mendorong penjualan kain tenun. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

A. Data Perusahaan

Kain tenun merupakan kain yang dihasilkan dari proses menenun dengan menggunakan teknik persilangan benang lungsing dan benang pakan dan proses pewarnaannya menggunakan pewarna alami. Jenis kain tenun yang diproduksi oleh Tjah Kreatif adalah kain tenun ikat. Kain tenun adalah kain yang dihasilkan dari proses menenun dengan menggunakan teknik persilangan benang lungsing dan benang pakan dan proses pewarnaannya menggunakan pewarna alami. Kain tenun ikat dapat dibuat berbagai macam jenis kerajinan seperti tas,

syal, pakaian, sarung. Tjah Kreatif adalah UMKM kain tenun di kota Jepara yang terkenal dengan kerajinan tangannya. UMKM berupa kain tenun di jepara sangat banyak salah satunya Tjah Kreatif yang sekarang sudah memiliki cabang toko di JL. Dempo Dalam II no 29 Mojosongo Surakarta. UMKM Tjah Kreatif di Jepara berdiri sejak 2005 dan pada tahun 2018 membuka cabang toko di Solo oleh Ibu Tutik.

Tjah kreatif pada awalnya hanya menjual kain tenun dari produsen di Jepara saja dan ada beberapa konsumen yang membeli melalui online. Jenis kain tenun yang di jual Tjah Kreatif kain tenun torso yang merupakan cirri khas dari hasil UMKM kain tenun di Jepara tepatnya didesa Troso. Tjah Kreatif membuat kain tenun Troso menjadi beberapa produk fashion berupa kain tenun lembaran, tas, pakaian, syal, asesoris gelang. Penggemar kain tenun semakin lama semakin banyak dari orng tua hingga anak muda yang mengikuti gaya fashion masa kini dengan kain tradisional yang dirancang dengan modern sehingga makin banyak menarik minat masyarakat dari berbagai kalangan.

Pemasaran kain tenun dari Tjah Kreatif hanya menggunakan kemasan plastik bening untuk pembungkus kain tenun yang dapat menghindarkan dari air dan kotoran. Kemasan plastik ini tidak begitu menarik dan kurang bagus karena kain yang dijual memiliki kualitas yang bagus dan pada kemasan plastik tidak diberi identitas produk dan keterangan lainnya. Berikut beberapa contoh kemasan yang digunakan untuk membungkus kain tenun oleh Tjah Kreatif.



Gambar 02. Kemasan Kain Tenun

Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 09 Oktober 2019



Gambar 03. Produk Kain tenun

Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 09 Oktober 2019

Produk kain tenun yang dimiliki oleh Tjah kreatif memiliki kualitas yang bagus, namun dengan adanya kemasan yang hanya plastik mening mengurangi keindahan dan citra dari kain tenun itu sendiri, maka dari itu akan dirancang kemasan yang memenuhi fungsi pengemasan, memiliki estetik, dan citra produk.

B. Analisa SWOT

Analisa data yang digunakan dalam perancangan media corporate identity ini adalah analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*).

Metode analisa SWOT digunakan dalam perancangan karena dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu usaha, proyek atau spekulasi bisnis.

1. Kekuatan (Strength)

Kekuatan yang dimiliki *Tjah Kreatif* berupa :

- a. Dengan mempunyai keistimewaan dari kain tenun dari Jepara.
- b. Kain tenun di buat dengan tenun manual.
- c. Lokasi di pusat kerajinan kain tenun di Jepara dan di Solo tepatnya di Jl. Dempo Dalam no 29 Mojosongo Surakarta.

2. Kelemahan(*weakness*).

Tjah Kreatif memiliki beberapa kelemahan yaitu :

- a. Kemasan yang digunakan hanya plastik bening dan tdiak memliki identitas.
- b. promosi produk dari *Tjah Kreatif* masih kurang dikenal

3. Peluang (*opportunity*)

- a. Produk *kain tenun "Tjah Kreatif"* dapat mencapai produk pasar yang luas lagi karena memiliki keunikan dan merupakan produk yang langka.
- b. Untuk semua kalangan harga yang diberikan terjangkau.

4. Threats (Ancaman)

- a. Banyak pengrajin tenun yang memiliki konsep pemasaran yang modern
- b. Banyak konsumen yang kurang mengenal kain tenun.