

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berwisata ke berbagai destinasi wisata unggulan di dalam negeri semakin banyak diminati oleh masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir. Menikmati pesona alam Indonesia mulai dijadikan pilihan utama bagi wisatawan domestik, ditambah lagi dengan banyaknya promo liburan murah ke berbagai destinasi wisata dalam negeri. Sebut saja salah satu destinasi wisata yang semakin banyak peminatnya adalah Pulau Lombok, yang dikenal dengan keindahan pantai pasir putihnya dan keindahan kehidupan bawah lautnya yang memikat wisatawan yang berkunjung ke pulau ini.

Pulau Lombok sebagai salah satu pulau yang termasuk dalam Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah salah satu destinasi wisata yang semakin banyak dilirik dan dijadikan pilihan dari tahun ke tahun, baik oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Di tahun 2014, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Pulau Lombok dan Sumbawa bahkan mencapai angka 1,6 juta pengunjung (tepatnya 1.629.122 wisatawan). Data ini disampaikan langsung oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB, Bapak Drs. Muhammad Nasir (6/1) (Sumber : <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/2014-kunjungan-wisatawan-meningkat>).

Banyaknya pantai-pantai indah yang terbentang dari ujung selatan sampai ujung utara Pulau Lombok menjadi daya tarik bagi wisatawan. Gili Trawangan adalah satu dari sekian banyak lokasi wisata di Pulau Lombok yang ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Menyadari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok sepanjang tahun, membuat bisnis oleh-oleh khas Pulau Lombok juga semakin variatif jenisnya. Dari yang paling umum seperti kaos dan gantungan kunci, hingga kain tenun khas Lombok dari pengrajin di Sukarara dan Sade, gerabah dari Banyumulek dan Penujak, mutiara, dan dodol rumput laut. Oleh-oleh ini relatif mudah didapatkan, karena hampir selalu ada di setiap lokasi wisata yang ada di Pulau Lombok.

Didukung oleh banyaknya pantai yang berombak tenang, budidaya rumput laut di Pulau Lombok juga terus dioptimalkan oleh pemerintah setempat. Setidaknya ada sekitar sepuluh sentra minapolitan ( kawasan budidaya ) rumput laut yang tersebar di Nusa Tenggara Barat. Di Pulau Lombok sendiri meliputi Desa Pengantep di Kabupaten Lombok Barat yang memiliki potensi lahan sekitar 600 hektare, Teluk Lombok Timur masing-masing Teluk Ekas 400 hektare dan Teluk Serawe 800 hektare, serta Teluk Awang dengan potensi lahan budidaya mencapai 400 hektare (Sumber : <http://www.antaraneews.com/berita/469721/ntb-ekspor-rumput-laut-ke-vietnam>).

Berdasarkan data yang dimiliki oleh Dinas Kelautan dan Perikanan, luasnya kawasan budidaya rumput laut tidak disertai dengan banyaknya masyarakat pesisir yang berusaha memanfaatkannya. Dengan luas 12,2 hektare dan 15 ribu rumah tangga petani yang terlibat di dalamnya, seharusnya juga dapat mengangkat kesejahteraan mereka secara signifikan. Namun menurut survey sosial ekonomi tahun 2008, pendapatan per kapita masyarakat pesisir NTB hanya sekitar Rp. 3,8 juta pertahun, lebih rendah dari pendapatan rata-rata penduduk NTB yang mencapai 4,5 juta pertahun.

Melalui program PIJAR (Sapi, Jagung, Rumput Laut) pemerintah NTB berusaha menjadikan tiga komoditas tersebut sebagai produk unggulan dari NTB karena tingginya permintaan pasar terhadap ketiganya,

khususnya rumput laut yang banyak digunakan sebagai bahan dasar makanan maupun kosmetik. Program ini juga diharapkan dapat memastikan terjadinya percepatan peningkatan kesejahteraan petani rumput laut.

Seperti yang diketahui, rumput laut memiliki kandungan gizi yang sangat baik bagi tubuh. Rumput laut diketahui memiliki kandungan esensial yang sangat lengkap, yaitu air, protein, karbohidrat, lemak, serat kasar, abu, enzim, asam nukleat, asam amino, vitamin A,B,C,D,E,K dan makro serta mikro mineral yang dibutuhkan tubuh.

Menyadari kandungan gizinya yang tinggi dan kemudahan mendapatkan bahan baku, Phoenix Food menggunakan rumput laut sebagai bahan dasar pembuatan dodolnya. Yang kemudian dikenal luas oleh masyarakat setempat dan wisatawan sebagai produk kuliner khas Pulau Lombok sehingga kerap kali dijadikan pilihan oleh-oleh. Terbukti dengan banyaknya wisatawan yang pulang berkunjung dari Pulau Lombok dengan menjinjing box dodol rumput laut produksi Phoenix Food.

Meskipun dodol rumput laut dikenal luas sebagai oleh-oleh dari Pulau Lombok, sayangnya produsennya sendiri, yaitu Phoenix Food tidak begitu dikenal seperti halnya produknya. Baik bagi masyarakat asli Lombok maupun wisatawan yang membeli dodol rumput laut. Identitas visual yang paling utama dari Phoenix Food, yaitu logo masih belum kuat dibenak konsumennya. Selain itu Phoenix Food tidak memiliki ciri khas yang dapat dengan mudah dikenal sebagai identitas perusahaan, seperti yang disebutkan sebelumnya, yaitu logo Phoenix Food serta media promosinya yang masih lemah. Contohnya, *packaging* yang belum menggambarkan citra oleh-oleh khas Lombok, penataan *outlet* resmi yang kurang menguatkan citra Phoenix Food dimata konsumen, maupun jenis media promosi lainnya. Sebagai usaha kecil menengah, Phoenix Food akan sulit berkembang jika tidak mengetahui cara memasarkan produknya. Sementara

salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi pemasaran UKM adalah strategi promosi yang kuat. Kesuksesan suatu UKM adalah bagaimana menghasilkan produk yang berkualitas dan memasarkannya dengan efektif. Untuk itu melakukan analisis produk dan strategi marketing pesaing juga sangat penting dilakukan.

Berdasarkan hal tersebut, Phoenix Food dianggap perlu memiliki konsep perancangan logo sebagai identitas visual selain untuk menegaskan citra perusahaan, juga sebagai alat untuk mencegah terjadinya pemalsuan produk di kemudian hari. Bersamaan dengan itu, Phoenix Food juga harus memiliki media promosi yang sesuai dengan citranya sebagai produsen oleh-oleh khas Lombok untuk menarik minat konsumen lebih banyak terhadap produknya. Sehingga nantinya diharapkan akan menguatkan kesan Phoenix Food sebagai produsen oleh-oleh dodol rumput laut khas Lombok yang berkualitas dimata konsumennya.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

- a) Sebagai produsen oleh-oleh makanan berbahan dasar rumput laut, Phoenix Food masih belum dikenal luas baik oleh wisatawan maupun masyarakat setempat.
- b) Identitas visual Phoenix Food masih belum kuat di mata konsumen.
- c) Promosi yang dilakukan Phoenix Food masih kurang efektif.
- d) *Packaging* Phoenix Food kurang menunjukkan cirinya sebagai oleh-oleh khas Pulau Lombok.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan yang akan dijawab nantinya melalui Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Phoenix Food. Adapun rumusan masalah yang ingin disampaikan sebagai berikut :

“ Bagaimana mendesain ulang identitas visual Phoenix Food dan merancang media promosi yang sesuai untuk khalayak sasaran Phoenix Food ? ”

### **1.3 Ruang Lingkup**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas dan dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual (DKV), maka ruang lingkup proyek tugas akhir ini akan berkisar pada penyelesaian masalah berdasarkan pendekatan desain komunikasi visual. Adapun cakupan objek yang akan dikaji diantaranya adalah perancangan identitas visual Phoenix Food, berupa logo serta perancangan media promosi yang sesuai untuk Phoenix Food dan menguatkan citranya sebagai perusahaan penghasil oleh-oleh khas Lombok. Target perancangan ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok serta masyarakat Pulau Lombok sendiri yang berusia 18 tahun keatas.

Perancangan tugas akhir ini akan dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan Juni 2015 yang memfokuskan diri pada Phoenix Food. Phoenix Food adalah produsen dodol rumput laut yang merupakan oleh-oleh khas Lombok yang berlokasi di Jalan A.A Gede Ngurah Cakranegara, Mataram, Nusa Tenggara Barat.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan diadakannya perancangan tugas akhir ini, diantaranya sebagai berikut :

- a) Meningkatkan kesejahteraan petani rumput laut melalui kerjasama dengan produsen makanan berbahan dasar rumput laut, dalam hal ini adalah Phoenix Food.
- b) Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Phoenix Food sebagai produsen oleh-oleh dodol rumput laut khas Lombok melalui logo dan media promosi yang sesuai.

- c) Memperkuat ciri khas budaya Lombok dalam perancangan logo dan media promosi Phoenix Food.

## **1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam rangka menyelesaikan perancangan Tugas Akhir ini, maka metode pengumpulan data yang akan dilakukan diantaranya adalah :

- a) Wawancara

Menurut Sugiyono (2011:317) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara akan dilakukan pada pemilik Phoenix Food, dinas terkait, seperti Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Nusa Tenggara Barat, maupun konsumen sebagai nara sumber untuk mengetahui profil perusahaan, sejarah, jenis-jenis produk dan gambaran umum Phoenix Food.

- b) Observasi

Menurut Riduwan (2004: 104) merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Observasi dilakukan pada objek penelitian untuk mengamati suasana dan kegiatan yang dilakukan oleh karyawan Phoenix Food maupun konsumen Phoenix Food. Selain itu melakukan pengamatan terhadap pesaing serta logo dan media promosi Phoenix Food sebelumnya.

- c) Studi Pustaka

Menurut M. Nasir (1988 :111 ) dalam bukunya yang berjudul ‘Metode Penelitian’ mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan :

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Studi Pustaka dilakukan guna memperoleh data-data terkait perancangan identitas visual dan media promosi Phoenix Food dari berbagai sumber, seperti buku, literatur, catatan dan laporan yang terkait dengan penyelesaian Tugas Akhir ini.

### **1.5.2 Analisis Data**

#### a) Analisis Matriks Perbandingan

Menurut Soewardikoen (2013:50) sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan.

Matris terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep, atau kumpulan informasi. Ketika menyajikan hasil analisis dengan metode matriks dapat ditambahkan kolom dan baris berisi gambar yang dianalisis dan informasi-informasi ringkas.

Matrix perbandingan akan dilakukan kepada setidaknya tiga pesaing Phoenix Food untuk mengetahui strategi pasar dan media promosi yang telah digunakan. Hasil analisis matrix perbandingan akan digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan media promosi yang sudah digunakan baik oleh Phoenix Food maupun produk pesaingnya. Data tersebut akan memudahkan pemilihan jenis media promosi mana yang akan digunakan selanjutnya.

## b) Analisis SWOT

Menurut Soewardikoen (2013:52) analisis SWOT biasanya digunakan dalam menilai perusahaan, caranya dengan membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar yaitu peluang dan ancaman disisi vertikal. Faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi horizontal.

*Strength* atau kekuatan (KU) merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya, dapat berupa lokasi yang strategis, keahlian teknis personil, dan fasilitas yang lengkap.

*Weakness* atau kelemahan (Le) merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan mencapai tujuannya, seperti modal kerja dan keahlian pemasaran yang kurang.

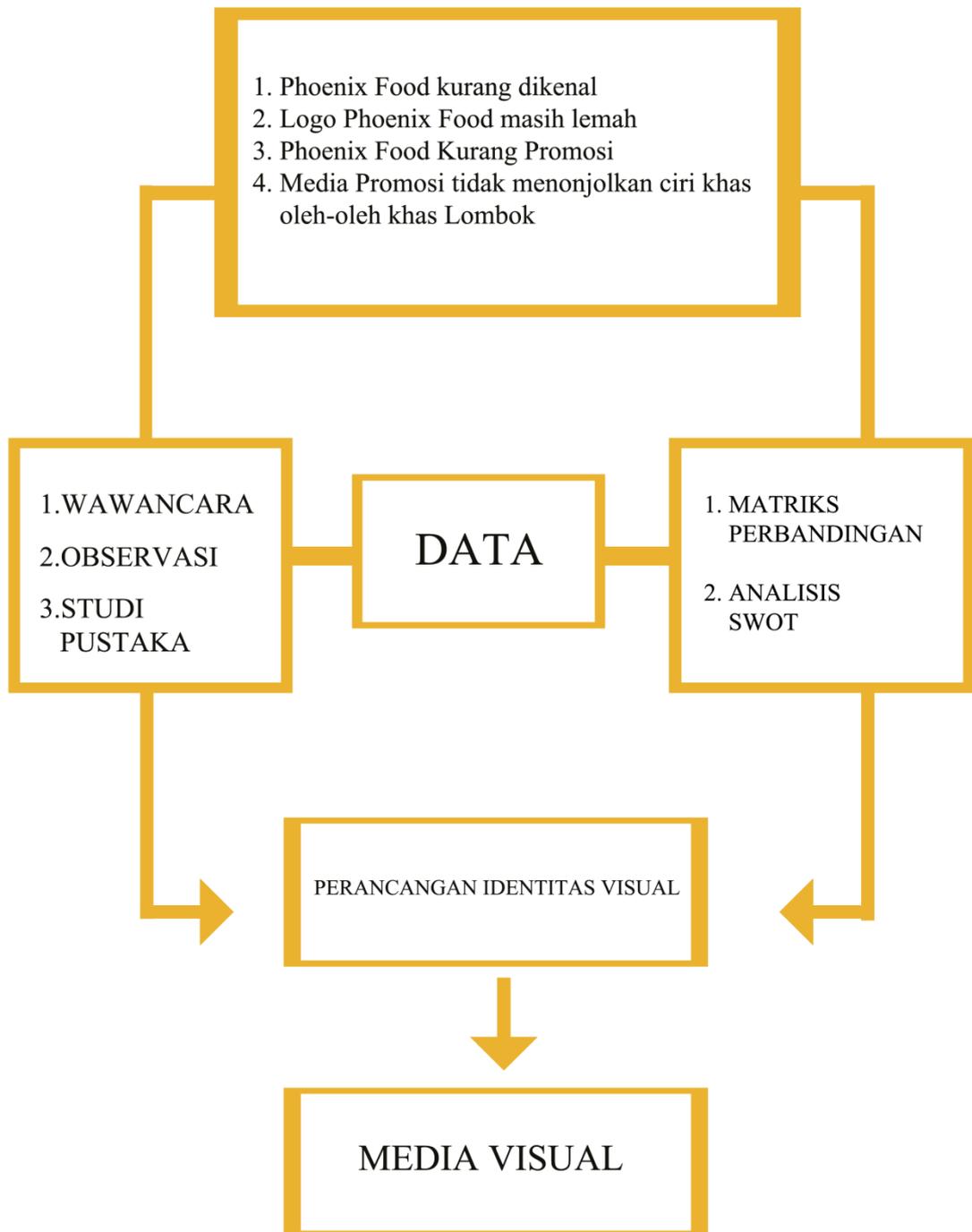
*Opportunity* atau peluang (Pe) merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya, seperti calon-calon pelanggan potensial kebijakan baru yang menguntungkan.

*Threat* atau ancaman (An) merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya, berupa meningkatnya persaingan dan dan semakin sulitnya mencari pemasok bahan baku.

Matriks SWOT dapat digunakan dalam menghasilkan konsep atau ide besar bagi perancangan dengan jalan, mengkombinasikan satu faktor luar dan satu faktor eksternal yang akan menghasilkan strategi yang memiliki ciri khusus.

Analisis SWOT akan dilakukan untuk mendukung informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Phoenix Food. Data ini akan memudahkan pemilihan strategi yang digunakan dalam perancangan identitas visual dan media promosi Phoenix Food.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan

## **1.7 Pembabakan**

### **Bab I Pendahuluan**

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan dari perancangan desain untuk Phoenix Food.

### **Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang relevan untuk menganalisis dan yang akan dipakai sebagai pijakan untuk merancang identitas visual dan packaging Phoenix Food.

### **Bab III Data dan Analisis Masalah**

Menjelaskan berbagai data yang didapat dari lapangan, yang berhubungan dengan Phoenix Food untuk kepentingan penyelesaian perancangan desain proyek tugas akhir. Proses pengumpulan data dilakukan dengan berbagai metode yang memungkinkan seperti wawancara, studi pustaka, kuesioner, atau melalui observasi. Selain itu terdapat pula analisis yang berisi pengolahan data melalui teori yang digunakan sebagai dasar pemikiran tugas akhir ini.

### **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep perancangan yang meliputi konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual serta konsep media yang dipergunakan dalam perancangan. Disertai keseluruhan hasil perancangan dimulai dari sketsa sampai penerapan visualisasai pada manusia.

### **Bab V Penutup**

Menjelaskan kesimpulan dari perancangan yang telah dilakukan, karya yang dihasilkan, dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan Tugas Akhir selanjutnya.