

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cilacap adalah ibu kota kabupaten Cilacap yang terletak di pantai selatan Jawa Tengah. Cilacap mempunyai banyak tempat wisata bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Cilacap. Wisata yang bisa dikunjungi diantaranya wisata hutan payau, kampung laut Cilacap, benteng pendhem, benteng karang bolong, gunung srandil Cilacap, gunung selok, pantai jetis, pantai teluk penyu, pantai permisan, pantai kalipat, pantai kali kencana, pantai karang pandan, pantai widara payung, waduk kubang kangkung, curug cimandaway, hutan pinus karang gedang, pulau nusakambangan dan lain lain. Segala akses sudah tersedia untuk menuju ke tempat wisata yang berada di Cilacap, hal tersebut memudahkan para wisatawan untuk berkunjung ke Cilacap dan para penduduk disana bisa memperkenalkan serta mengembangkan makanan ringan sebagai oleh oleh khas dari Cilacap kepada wisatawan yang sudah berkunjung. Makanan ringan yang bisa dijadikan oleh oleh khas Cilacap diantaranya rempeyek yutuk, kripik sukun, kerupuk tengiri dan sale pisang.

Produk sale pisang merupakan khas makanan asli dari majenang dan karang pucung yang berada di Cilacap, namun seiring berjalannya waktu banyak dari kota-kota lain yang juga memproduksi dan mengembangkan produk sale pisang, sehingga banyak pendapat yang mengakui keaslian sale pisang dari berbagai kota tertentu. Salah satu UKM sale pisang di Cilacap yaitu Suryan, sebab itu diperlukannya kemasan atau label dengan identitas khusus yang menciri khas kan Cilacap dari UKM Suryan, agar lebih bisa bersaing dengan produk sale pisang di kota lainnya. Banyak sekali masyarakat disana membuka usaha rumahan dengan memproduksi sale pisang kering kemudian dipasarkan di beberapa toko swalayan atau pusat perbelanjaan. Sumber daya yang rendah membuat kebanyakan dari mereka kurang

memperhatikan keunggulan yang dimiliki dari usaha sale pisang kering tersebut.

Produk sale pisang bisa bertahan 6-8 bulan dengan harga Rp. 7.000,00 hingga Rp. 20.000,00. Masyarakat disana membuka usaha tersebut dengan alat dan bahan yang masih sederhana, sale pisang kering dicetak secara manual. Sumber daya masyarakat disana masih rendah dan tidak terlalu memperhatikan keunggulan kemasan produk, maka informasi pada kemasan atau label yang diterapkan pada produk sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap masih belum lengkap, diantaranya belum ada logo halal, jenis produk, nomer PIRT dan identitas visual yang menunjukkan oleh oleh khas Cilacap dan desain kemasan atau label belum sesuai dengan konsep desain komunikasi visual, diantaranya ukuran, bahan, warna, tipografi dll. Kemasan produk dalam ukuran kecil dikemas hanya dengan plastik bening tipis kemudian dipress dengan kurang aman, dan hanya di ikat dengan tali rafia untuk kemasan yang berukuran besar. Dengan desain kemasan yang seperti itu, produk sale pisang sebagai oleh oleh khas Cilacap bisa menurunkan kualitas dan nilai jual produk untuk kedepannya nanti bagi UKM Suryan.

Dengan fenomena dan permasalahan tersebut, dibutuhkan adanya perancangan identitas visual sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap. Informasi pada kemasan atau label harus mencakup adanya nama brand, nama produk, jenis produk, logo halal, berat netto, PIRT, penjelasan produk, expire date, komposisi, alamat keterangan produsen dan identitas visual yang menunjukkan oleh oleh dari Cilacap. Bahan kemasan juga disesuaikan dengan produk yang dipasarkan dan kemampuan UKM Suryan, karena diperlukannya kemasan dengan harga terjangkau namun tidak dengan menurunkan kualitas dan nilai jual produk terutama dikalangan wisatawan yang menjadikan sale pisang sebagai oleh oleh khas Cilacap.

Kemasan sale pisang yang dibutuhkan sebagai oleh oleh khas Cilacap diantaranya kemasan primer, kemasan tersier dan kemasan distribusi. Dalam perancangan ini penulis menggunakan kemasan primer dengan plastik bening

yang lebih tebal dan press yang lebih baik dari sebelumnya, kemasan tersier menggunakan Shopping bag dengan bahan kertas kraft 150gr, kemasan distribusi menggunakan kardus. Bahan kemasan yang digunakan merupakan bahan yang memiliki harga terjangkau yang disesuaikan dengan kemampuan UKM Suryan serta desain label atau kemasan bisa disesuaikan dengan konsep desain komunikasi visual.

Dengan adanya perancangan identitas sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh khas Cilacap, diharapkan konsumen atau wisatawan dengan mudah bisa melihat atau menemukan produk tersebut saat disandingkan dengan oleh-oleh produk makanan ringan lainnya agar bisa menarik perhatian atau daya tarik wisatawan untuk membeli produk sale pisang Suryan khas Cilacap. Dengan demikian, maka bisa meningkatkan nilai jual pada UKM sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh khas Cilacap, meningkatkan kualitas produk di mata wisatawan atau masyarakat luas, serta meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Cilacap dengan membeli sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang ada yakni:

- a. Kemasan dan label belum memberikan informasi yang lengkap sesuai dengan konsep Desain Komunikasi Visual.
- b. Belum ada identitas visual pada kemasan ataupun label sale pisang Suryan yang mencerminkan sebagai oleh oleh dari Cilacap.

1.2.2 Rumusan Masalah

Terdapat rumusan masalah yang bisa diangkat, yaitu:

- a. Bagaimana merancang kemasan sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap?
- b. Bagaimana merancang identitas visual pada kemasan atau label sale pisang Suryan yang mencerminkan sebagai oleh oleh dari Cilacap?

1.2.3 Pembatasan Masalah

Perancangan identitas visual pada sale pisang Suryan yang dirancang untuk wisatawan atau masyarakat luas yang berkunjung ke Cilacap, yaitu remaja dan dewasa yang berusia antara 17-40 tahun. Perancangan kemasan tersebut menjelaskan atau berisi mengenai informasi produk secara lengkap dan dengan menampilkan adanya citra alam dan motif batik bunga wijayakusuma pada kemasan agar lebih mencerminkan identitas oleh oleh dari Cilacap. Kemasan tersebut dikemas dengan kemasan yang mudah dibawa kemana-mana tanpa merusak kualitas produk sehingga bisa menarik perhatian wisatawan atau masyarakat luas. Penerapan perancangan kemasan tersebut diterapkan di beberapa daerah perkotaan, terutama di Jawa Tengah.

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Apa

Sale pisang kering Suryan merupakan makanan ringan yang dijadikan oleh oleh khas Cilacap bagi para wisatawan maupun masyarakat luas. Bahan dan alat yang digunakan masih manual dan seadanya. Menurut masyarakat disana dan Wikipedia, sale pisang adalah makanan yang keasliannya dari karangpucung dan majenang kabupaten Cilacap, namun seiring perkembangan jaman, produk tersebut diakui keasliannya oleh beberapa kota tertentu.

1.3.2 Siapa

Target pemasaran dalam produk ini adalah para wisatawan yang berkunjung ke Cilacap, yaitu remaja dan dewasa yang berusia antara 17-40 tahun. Pemasaran produk di fokuskan didaerah perkotaan Jawa Tengah, untuk semua kalangan kelas sosial.

1.3.3 Kapan

Pengumpulan informasi dari pihak produsen sale pisang di Cilacap, dimulai sejak bulan januari-April 2018, sedangkan untuk memulai perancangan identitas visual dimulai pada bulan Mei-Juli 2018. Pengumpulan informasi didapatkan dari pihak produsen sale pisang di Cilacap dan toko toko penjualan yang memasarkan produk tersebut.

1.3.4 Dimana

Perancangan identitas visual pada sale pisang dilakukan di UKM Suryan, dan tempat pusat oleh oleh khas Cilacap.

1.3.5 Kenapa

Kemasan dan label yang belum memberikan informasi secara lengkap, desain kemasan belum sesuai dengan konsep desain komunikasi visual dan

belum ada identitas visual yang mencerminkan sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap.

1.3.6 Bagaimana

Merancang kemasan dengan mendesain kemasan sesuai dengan konsep desain komunikasi visual, serta memberikan informasi produk yang lengkap dan memberikan identitas visual yang mencerminkan sale pisang Suryan sebagai oleh oleh dari Cilacap pada label atau kemasan.

1.4 Tujuan Perancangan

1.4.1 Tujuan Khusus

Merancang identitas visual sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap, dengan kemasan yang berkualitas dengan konsep desain komunikasi visual dan higienis.

1.4.2 Tujuan Umum

- a. Meningkatkan kualitas produk dari segi tampilan visual atau kemasannya, sehingga bisa meningkatkan nilai jual pada UKM sale pisang Suryan di Cilacap.
- b. Menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Cilacap dengan membeli sale pisang Suryan sebagai oleh oleh.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Masyarakat Umum

Supaya wisatawan atau masyarakat luas lebih tau tentang kemasan yang baik dan aman, serta memberikan kesan kepada wisatawan mengenai desain kemasan sale pisang Suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap, yang sesuai dengan konsep desain komunikasi visual.

1.5.2 Bagi Penulis dan teman-teman yang seprofesi

Perancangan yang dijadikan sebagai Tugas Akhir ini bermanfaat sebagai bahan penelitian dalam merancang identitas visual sale pisang suryan sebagai oleh oleh khas Cilacap yang dapat meningkatkan daya saing di dunia pemasaran. Bagi teman teman yang seprofesi atau teman-teman yang sedang melaksanakan Tugas Akhir bisa bermanfaat sebagai bahan referensi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Melakukan pengamatan pada sesuatu, orang, lingkungan sekitar, atau keadaan secara detail, serta ditulis dengan runtut pada macam-macam metode. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011)

Observasi kualitatif merupakan kegiatan yang terjun ke lapangan dengan bertugas memperhatikan kegiatan individu-individu dalam tempat tersebut. (Creswell, 2010)

b. Wawancara

Wawancara kualitatif, seorang peneliti bisa melakukan wawancara di tempat, bisa juga melalui media komunikasi lainnya, serta terkait dengan beberapa orang misalnya 6-8 orang. Dan dibutuhkannya beberapa pertanyaan terbuka serta disusun supaya mendapatkan pendapat yang luas dari para narasumber. (Creswell, 2010)

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah mengumpulkan pengambilan data dan informasi dari bantuan perlengkapan yang ada di perpustakaan, yakni dokumen, majalah, catatan, buku, kisah-kisah sejarah dll. (Mardalis, 1999)

1.6.2 Metode Analisis Data

a. Metode Analisis SWOT

Analisa SWOT merupakan evaluasi dari semua kelebihan, kekurangan, peluang dan bahaya yang di miliki oleh perusahaan. (Kotler, 2009).

Dengan adanya analisis SWOT, maka bisa membantu UKM sale pisang sebagai oleh oleh khas Cilacap agar dapat merumuskan peluang atau tujuan dimasa sekarang maupun masa mendatang.

Strategi analisis SWOT diantaranya yaitu:

1. Strategi S-O

Strategi dengan cara menggunakan kelebihan atau kekuatan (Strength) untuk mengambil kesempatan atau peluang yang ada (Opportunity).

2. Strategi S-T

Strategi dengan cara menggunakan kelebihan atau kekuatan (Strength) untuk mencegah serta menghadapi ancaman yang ada (Threat).

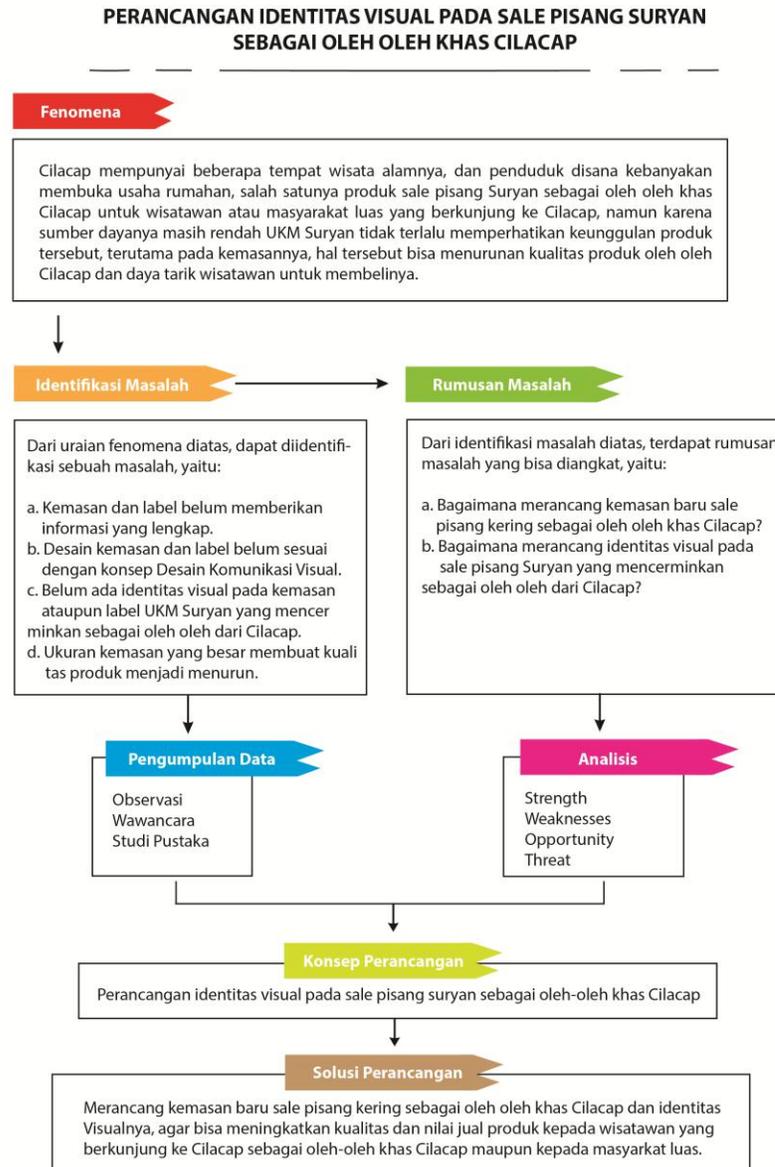
3. Strategi W-O

Strategi dengan cara menyusutkan kelemahan (Weaknesses) untuk mendapatkan kesempatan atau peluang yang ada (Opportunity).

4. Strategi W-T

Strategi dengan cara menyusutkan kelemahan (Weaknesses) untuk mencegah serta menghadapi bahaya/ancaman yang ada (Threat).

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan

(Sumber : Data Penulis)

1.8 Pembabakan

Karya Tugas Akhir mengenai Perancangan identitas visual pada sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh khas Cilacap, terbagi 5 bab, yakni:

1. Bab I Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode atau cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan dalam Tugas Akhir ini.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Membabarkan beberapa teori yang terkait dengan penelitian ini, agar bisa menjadi acuan atau landasan dalam merancang identitas visual sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh khas Cilacap, yang memfokuskan kepada fenomena serta permasalahan yang diambil.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan beberapa informasi didapat karena melakukan observasi dan Tanya jawab (wawancara). Memaparkan analisis masalah serta hasil data atau informasi yang didapat dari data institusi yang berkaitan dalam penyusunan Tugas Akhir ini mengenai data atau informasi produk dan analisis mengenai produk sale pisang Suryan di Cilacap.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menguraikan skema perancangan identitas visual yang mencirikan Cilacap, ide-ide kreatif yang sesuai dengan konsep desain komunikasi visual, konsep visual atau elemen-elemen grafis, konsep media dan sketsa dari hasil perancangan sampai hasil penerapan visual pada berbagai media.

5. Bab V Penutup

Menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dengan ringkas dan jelas mengenai perancangan kemasan sale pisang Suryan sebagai oleh-oleh khas Cilacap.