

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif adalah hubungan antara kreatifitas dan ilmu ekonomi. Dalam peradaban ekonomi yang baru ini tercipta industri kreatif di dalamnya, dimana ide dan gagasan kreatif menjadi sumber utama dalam pemberian nilai ekonomi pada sebuah produk maupun jasa. (Suciu, 2008)

Saat ini industri kreatif telah menjadi penopang perekonomian negara, menurut data statistik ekonomi kreatif di tahun 2016 akumulasi dari industri kreatif telah menyumbang 7,44% dari total perekonomian nasional. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia telah menetapkan 16 subsektor yang didukung dalam industri kreatif, yaitu aplikasi dan pengembangan mainan, desain interior, desain produk, desain komunikasi visual, arsitektur, fashion, film, fotografi, kriya, music, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi, radio dan yang paling berkontribusi tinggi dalam produk domestik bruto adalah subsektor kuliner dengan nilai kontribusi sebesar 41,69 % di 2016 (Badan Pusat Statistik, 2016).

Dapat disimpulkan bahwa semakin besarnya peranan industri kuliner dalam industri kreatif, maka semakin meningkat pula persaingan antar pengusaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada subsektor kuliner di Indonesia. Oleh karena itu pentingnya meningkatkan *Brand Awareness* dan menambahkan inovasi agar produk dari *brand* selalu diingat dan dikonsumsi oleh konsumen.

Fenomena lain yang sedang marak di Indonesia yaitu *trend* hidup sehat yang juga menjadi persaingan baru dalam industri kuliner. Penggiat usaha minuman dan makanan sehat semakin tumbuh, dikarenakan kebutuhan akan konsumen pada makanan dan minuman sehat dan alami menjadi gaya hidup di Indonesia saat ini. Jenis pangan yang dijual berbagai jenis, dari menu harian diet sehat, minuman detox dan masih banyak lainnya. Satu hal yang unik di tengah persaingan pasar ini, terdapat penggiat usaha yang menawarkan produk khas nusantara yaitu jamu yang sejak dulu dikenal sebagai minuman herbal yang menyehatkan dan membugarkan.

Disisi lain pertumbuhan industri kuliner pada sektor minuman Jamu selalu meningkat 20% setiap tahunnya dalam artikel Tempo.co. Selain jamu memiliki potensi bisnis yang cukup tinggi, jamu juga memiliki kisah yang melekat dengan

budaya leluhur Indonesia. Maka dari itu penelitian ini mengambil salah satu usaha produk jamu, yaitu usaha Mimi Sehat. Usaha ini mempunyai peluang yang cukup besar, dalam dua tahun terakhir Mimi Sehat mampu meningkatkan penjualannya tiap bulan namun saat ini persaingan harga jual jamu di Kota Cirebon membuat Mimi Sehat mengalami kesulitan, dikarenakan bahan baku yang Mimi Sehat gunakan semakin hari semakin naik harganya. Berbeda dengan pesaingnya di Kota Cirebon yang menggunakan bahan baku dengan kualitas biasa. Selain itu Mimi Sehat juga belum mengoptimalkan *branding*nya. Hal tersebut dapat dilihat dari identitas visual yang dimiliki Mimi Sehat saat ini belum bisa meningkatkan *brand awareness* ditengah masyarakat, karena identitas visual seharusnya bersifat konsisten agar memberikan gambaran kepada publik bahwa entitas tersebut konsekuen dan profesional (Rustan, 2009). Promosi yang ada saat ini juga hanya sebatas dari mulut ke mulut. Selain itu, keterbatasan lain yang menghambat penjualan Mimi Sehat adalah bentuk kemasan yang kurang menarik dan juga tidak mendukung untuk pengiriman produk dalam jarak dan waktu yang lama, maka dari itu dibutuhkan kemasan yang dapat mencapai tujuan strategis dan target pemasaran melalui desain yang paling tepat (Klimchuk, 2006).

Persaingan pada subsektor kuliner di Indonesia mengharuskan Mimi Sehat mengoptimalkan strateginya untuk dapat bersaing secara kompetitif pada subsektornya. Pencapaian keunggulan kompetitif tersebut dapat diraih dengan menggunakan metode manajemen, manajemen strategik adalah proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan agar perusahaan mencapai keunggulan yang kompetitif (Solihin, 2012).

Untuk mengatasi berbagai kekurangan yang dimiliki Mimi Sehat, penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini dengan ilmu strategi desain yang dibuat dan dilakukan dengan kajian-kajian analisis manajemen strategi melalui sudut pandang desain dan dengan hasil implementasinya ke dalam elemen visual. Hasil akhir dari tugas ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam segi bisnis agar UKM Mimi Sehat agar dapat meningkatkan *Brand Awareness*nya yang kemudian diharapkan dapat menjadi bekal untuk bersaing secara kompetitif pada bisnis kuliner di masa depan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

- a. Bahan baku jamu Mimi Sehat menggunakan kualitas terbaik namun harga jualnya masih bersaing dengan penjual jamu dengan bahan baku yang biasa.
- b. Pertumbuhan bisnis di subsektor kuliner yang meningkat membuat persaingan antar pengusaha kecil maupun menengah semakin ketat. Namun Mimi Sehat terkendala oleh identitas visual dan media promosinya. Hal ini membuat usaha ini tidak mencapai *Brand Awareness* di mata masyarakat.
- c. Mimi Sehat memiliki kendala pada kemasannya yang kurang menarik dan tidak dapat melindungi produk di dalamnya dengan baik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas adapun rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah “Bagaimana merumuskan strategi desain dan merancang implementasinya pada media visual sehingga dapat meningkatkan *Brand Awareness* pada *brand* Mimi Sehat?”.

1.4 Ruang Lingkup

Perancangan ini dilakukan sejak bulan Januari 2019. Kajian ini fokus pada sebuah produk jamu Mimi Sehat berlokasi di Jalan Bantaran No. 20 – Cirebon, Jawa Barat. Dalam kaitannya dengan program studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka fokus tugas akhir ini adalah merumuskan strategi desain Mimi Sehat melalui beberapa analisa manajemen dan juga merancang media visualnya agar tercapai solusi desain dengan *target audience* remaja hingga dewasa di kelas menengah. Hasil perancangan strategi desain yaitu berupa kemasan dan implementasi identitas visual pada media promosi dan atribut yang mendukung peningkatan *Brand Awareness* dari *brand* Mimi Sehat.

1.5 Tujuan Perancangan

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk merumuskan strategi desain dan merancang implementasinya pada media visual sehingga dapat meningkatkan *Brand Awareness* pada *brand* Mimi Sehat.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Primer

1. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka (Koentjaraningrat dalam Soewardikoen, 2013:30).

Wawancara dilakukan kepada pemilik dari Mimi Sehat agar dapat mengetahui permasalahan yang ada dan menemukan solusi yang tepat dari permasalahan yang dialami.

2. Metode Observasi

Metode Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam, terinci dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011).

Observasi dilakukan penulis dengan mengamati identitas visual, promosi dan kemasan Mimi Sehat yang sudah ada. Selain itu metode observasi yang sama juga dilakukan terhadap produk pesaing dari Mimi Sehat. Setelah itu hasil observasi diolah penulis menjadi data untuk merumuskan juga merancang strategi desain.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seorang (Sugiyono, 2013).

Dokumentasi akan dilakukan penulis dengan cara mengumpulkan data berupa gambar, foto dan teks dengan menggunakan referensi gambar yang diambil melalui kamera pribadi dan dokumentasi dari pihak Mimi Sehat yang setelah itu dijadikan acuan dalam mendesain perancangan visual.

b. Sekunder

1. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah proses peneliti membaca buku agar referensi yang dimilikinya semakin luas dan untuk mengisi *frame of mind*. Dengan studi pustaka juga dapat memperkuat perspektif dan kemudian meletakkannya di dalam konteks (Soewardikoen, 2013).

Studi Pustaka dilakukan penulis terhadap buku yang berkaitan dengan teori manajemen strategi, teori promosi dan teori visual lainnya.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis pada perancangan tugas akhir ini dilakukan dengan membandingkan program-program terdahulu yang sudah diterapkan oleh Usaha Mimi Sehat serta menganalisis semua aspek internal dan eksternal hingga didapatkan kesimpulan yang dapat digunakan pada perencanaan strategi desain Mimi Sehat. Analisis ini dilakukan pada industri dengan produk sejenis Mimi Sehat untuk menjadi panduan dalam pengkajian analisa manajemen dan perencanaan strategi yang ideal. Berikut beberapa metode analisis data yang digunakan pada pembuatan tugas akhir:

a. *Politic, Economy, Social and Technology*

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kondisi Mimi Sehat dari berbagai faktor lingkungan luar yang terjadi saat ini, seperti politik, ekonomi, sosial dan teknologi

b. *Porter 5 Forces*

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi adanya ancaman yang berasal dari lima kekuatan di dalam suatu industri, berikut potensi ancaman dari kelima kekuatan dalam Mimi Sehat.

c. Analisis Internal

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber daya dan proses bisnis internal yang dimiliki Mimi Sehat.

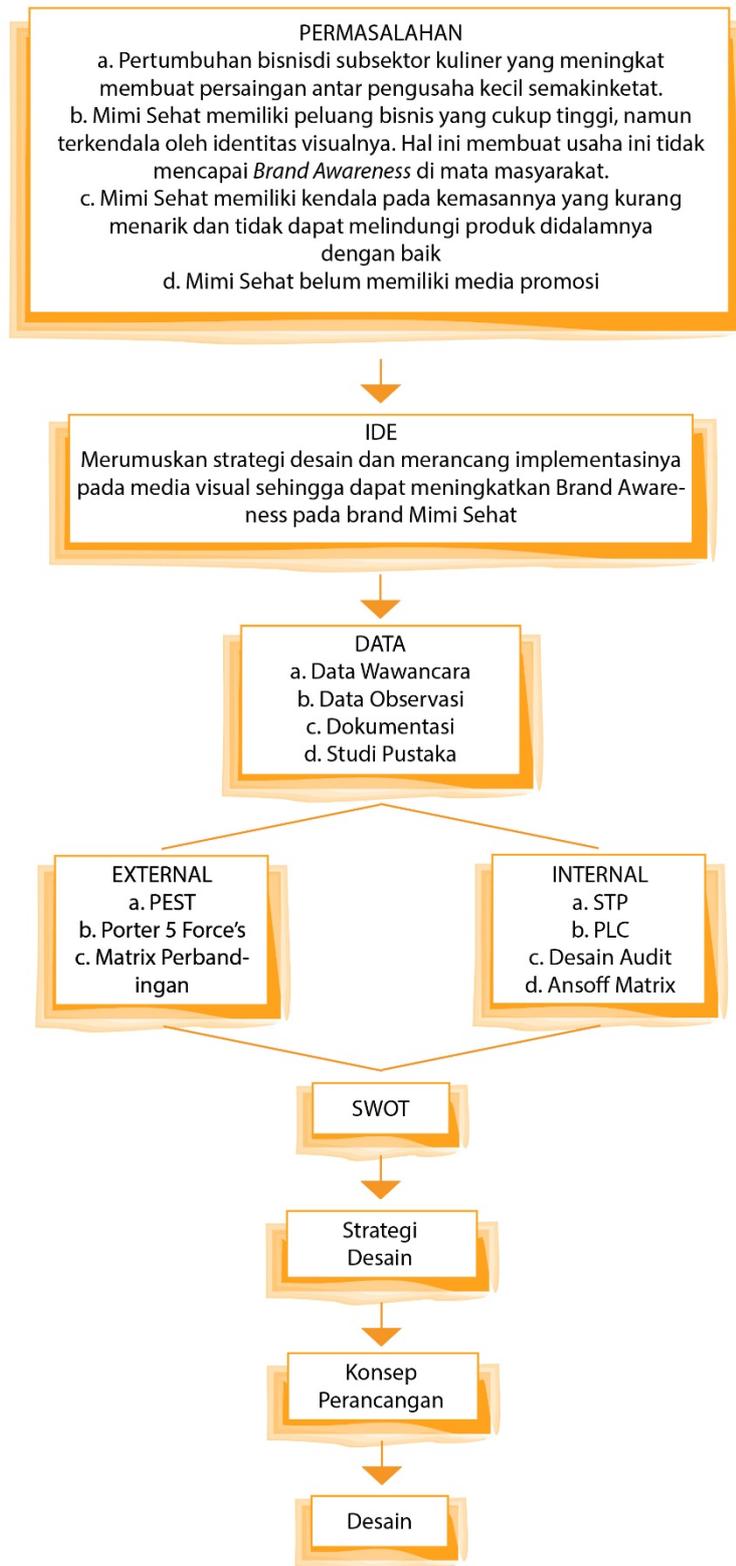
d. Analisis Kompetitif

Analisis ini digunakan untuk membantu mengidentifikasi data pembandingan secara seimbang, dengan mensejajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan, dengan metode ini memudahkan penulis dalam menganalisis produk Mimi Sehat dengan produk pesaingnya.

e. *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT)

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang dijadikan sebagai bahan untuk menentukan tujuan dan strategi pemasaran pada Mimi Sehat.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perencanaan
(sumber : indriana, 2019)

1.8 Pembabakan

Pembabakan masalah pada perancangan ini disusun menurut sistematika penulisan yang ada, sehingga menghasilkan konsep dasar yang sesuai untuk mendukung karya yang dihasilkan.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan perancangan dan pembabakan dari perancangan desain yang dibuat untuk Mimi Sehat.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang digunakan sebagai pijakan pada perancangan strategi desai Mimi Sehat.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Penjelasan mengenai data yang berkaitan dengan rancangan stategi desain untuk Mimi Sehat yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis berisi pengolahan berbagai data yang diperoleh dari teori yang digunakan pada BAB II. Analisis dilakukan terhadap internal maupun eksternal usaha. Analisis ini dilakukan untuk menghasilkan strategi perancangan desain yang ideal efisien dan dan tepat fungsi untuk Mimi Sehat.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan konsep komunikasi (ide pokok), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang digunakan) dan konsep visual (huruf, bentuk, warna dan gaya visual) sesuai dengan hasil analisis yang sudah dilakukan. Hasil perancangan dimulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media aslinya.

BAB V PENUTUP

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