

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kesatuan dengan keragaman suku, budaya, ras, agama, bahasa yang tersebar ke seluruh penjuru wilayah dengan masing-masing ciri khasnya. Adanya keragaman tersebut menjadikan “Bhinneka Tunggal Ika” yang berarti berbeda-beda tetapi tetap satu jua sebagai semboyan bangsa Indonesia. Oleh karena itu kita harus menjaga keragaman tersebut karena merupakan salah satu aset kekayaan dan keindahan bangsa. Salah satu cara untuk menjaga aset bangsa adalah mengembangkan dan melestarikan warisan budaya yang menjadi identitas sebuah daerah salah satunya adalah kain tenun sutera Bugis yang berasal dari Kota Sengkang.

Kota Sengkang adalah ibukota Kabupaten Wajo yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan berjarak sekitar kurang lebih 190 km dari Kota Makassar. Menurut orang terdahulu, kata “Sengkang” diambil dari bahasa Bugis “Siengkang” yang jika diartikan kedalam Bahasa Indonesia daerah atau tempat orang-orang datang, singgah, dan berkumpul. Kota ini dikenal dengan julukan “Kota Sutera” karena hampir sebagian warganya menggeluti kegiatan menenun sutera. Menenun merupakan salah satu keterampilan turunan dari nenek moyang berbagai etnis di Nusantara. Di Sulawesi Selatan, kegiatan menenun mulai dijalankan oleh masyarakat Bugis-Makassar sejak abad ke-13 dan berkembang pada abad ke-15.

Mulanya, hasil produksi kain tenun sutera hanya digunakan oleh golongan bangsawan Bugis-Makassar dan oleh sebagian orang pada acara-acara tertentu seperti acara pernikahan dan upacara adat. Namun seiring perkembangan zaman dan kebutuhan ekonomi yang meningkat menjadikan aktivitas menenun sutera atau “mattenung” dalam bahasa setempat, dijadikan sebagai aktivitas pokok warga khususnya ibu-ibu yang kemudian hasil tenunan tersebut dijual ke para pelaku bisnis dan wisatawan. Dalam proses produksi kain tenun sutera, pengrajin menggunakan tiga macam alat tenun yaitu: alat tenun gedogan berupa alat tenun yang peralatannya digerakkan oleh tangan yang digunakan sejak abad ke-13, lalu muncul Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) pada tahun 1950 dan mulai berkembang pada tahun 1965 penggunaan alat ini tidak hanya menggunakan tangan tetapi dibantu dengan menginjakkan kaki pada pedal, dan kemudian pada tahun 2004 Alat Tenun Mesin (ATM) masuk diprakarsai oleh H. Arifuddin yang membeli alat tersebut dari pengusaha di Majalaya. Selain alat, hal yang perlu diperhatikan dalam proses produksi

adalah bahan dasar tenunan yaitu benang sutera yang berasal dari ulat sutera yang dipelihara dan dibudidayakan.

Industri kerajinan merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang berkontribusi dominan terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) Indonesia. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto pada Pameran Industri Kreatif 2018, industri kerajinan nasional bernilai besar karena sumber bahan baku lokal yang melimpah serta beragamnya corak dan desain yang dihasilkan terutama yang mengangkat ciri khas budaya Nusantara. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha dan pengrajin harus bersinergi menciptakan inovasi dan kreativitas namun tetap menjaga serta mempertahankan nilai-nilai tradisi yang ada dalam penciptaan produk yang akan ditawarkan pada pasar dengan persaingan yang ketat.

Salah satu usaha lokal yang bergerak di industri kerajinan adalah Tas Sutera Makassar milik Anna Triana yang memanfaatkan sentuhan kain tenun sutera Bugis sebagai ciri khas produknya. Awal mula Anna Triana menggeluti usaha ini karena pada umumnya kain ini sering dijadikan oleh-oleh tetapi masih dalam bentuk kain sehingga pemilik berinisiatif untuk membuat kain tersebut menjadi sebuah produk siap pakai. Selain dijadikan oleh-oleh, Anna Triana melihat masyarakat di luar pulau Sulawesi masih banyak yang belum familiar dengan kain tenun sutera ini, oleh karena itu dengan langkah ini pemilik berharap kain tenun sutera ini dapat lebih dikenal luas karena merupakan salah satu warisan budaya kearifan lokal. Selama usaha ini berjalan sejak tahun 2013, masalah yang dihadapi adalah banyak yang belum mengenali usaha ini karena belum optimalnya pemasaran produk baik secara *offline* maupun *online* dan *brand identity* sebagai citra perusahaan yang dimiliki belum kuat sehingga mengakibatkan kurangnya *brand awareness* konsumen terhadap produk Tas Sutera Makassar yang membuat hasil penjualan produk tidak menentu.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan tugas akhir berupa pembuatan identitas visual dan media promosi yang diharapkan dapat menumbuhkan *brand awareness* dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk usaha Tas Sutera Makassar.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

- a. Berkembang pesatnya usaha kecil dan menengah pada industri kerajinan di Indonesia membuat persaingan antar para pelaku usaha semakin ketat.

- b. Belum kuatnya citra perusahaan dan pemasaran produk baik secara *offline* maupun *online* mengakibatkan kurangnya *brand awareness* konsumen terhadap produk Tas Sutera Makassar.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka perancangan tugas akhir ini dimaksudkan untuk merancang identitas visual dan media promosi sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* dan minat beli konsumen terhadap produk pada usaha Tas Sutera Makassar.

### **1.4 Ruang Lingkup**

Untuk menghindari bahasan yang terlalu luas, maka fokus tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan tugas akhir ini memfokuskan pada perancangan identitas visual dan media promosi yang dilakukan terhadap usaha Tas Sutera Makassar.
- b. Proses perancangan dimulai sejak Februari hingga Juni 2019.
- c. Hasil perancangan akan diterapkan pada usaha Tas Sutera Makassar di Kota Makassar.
- d. Target utama *audiens* dari perancangan identitas visual dan media promosi usaha Tas Sutera Makassar adalah wanita kalangan menengah ke atas di seluruh Indonesia dengan rentang usia 25-50 tahun dan senang berpenampilan kasual namun terlihat mewah.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang identitas visual dan media promosi sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* dan minat beli konsumen terhadap produk pada usaha Tas Sutera Makassar.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang detail mengenai objek penelitian melalui tanya jawab antara pewawancara dan respondennya (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini dilakukan wawancara secara mendalam dengan Anna Triana selaku pemilik usaha Tas Sutera Makassar serta para karyawan dan beberapa target konsumen.

b. Observasi

Observasi dalam bahasa Yunani berarti “melihat” dan “memperhatikan”. Observasi adalah kegiatan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap objek penelitian menggunakan alat indera baik secara langsung atau tidak langsung (Rahayu & Tristiadi, 2004). Penulis melakukan observasi secara langsung terhadap usaha Tas Sutera Makassar dari segi produk, kegiatan jual beli, promosi dan lain yang berhubungan dengan objek penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pelengkap dalam proses pengumpulan data setelah wawancara dan observasi (Sugiyono, 2010). Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Pada pengerjaan tugas akhir ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa teks dan gambar dari pihak usaha Tas Sutera Makassar.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam buku Metode Penelitian Visual (Soewardikoen, 2013) merupakan proses membaca referensi berupa teori-teori pemikiran para ahli dibidangnya yang kemudian dijadikan sebagai salah satu sumber ide dan memperkuat perspektif. Studi pustaka dilakukan untuk mencari landasan teori yang berkaitan dengan pengerjaan tugas akhir ini.

e. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk tertulis kepada responden (target audiens) untuk dijawab (Sugiyono, 2010).

### 1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan rumusan yang akan digunakan dalam proses perancangan. Dalam pengerjaan tugas akhir ini data dianalisis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

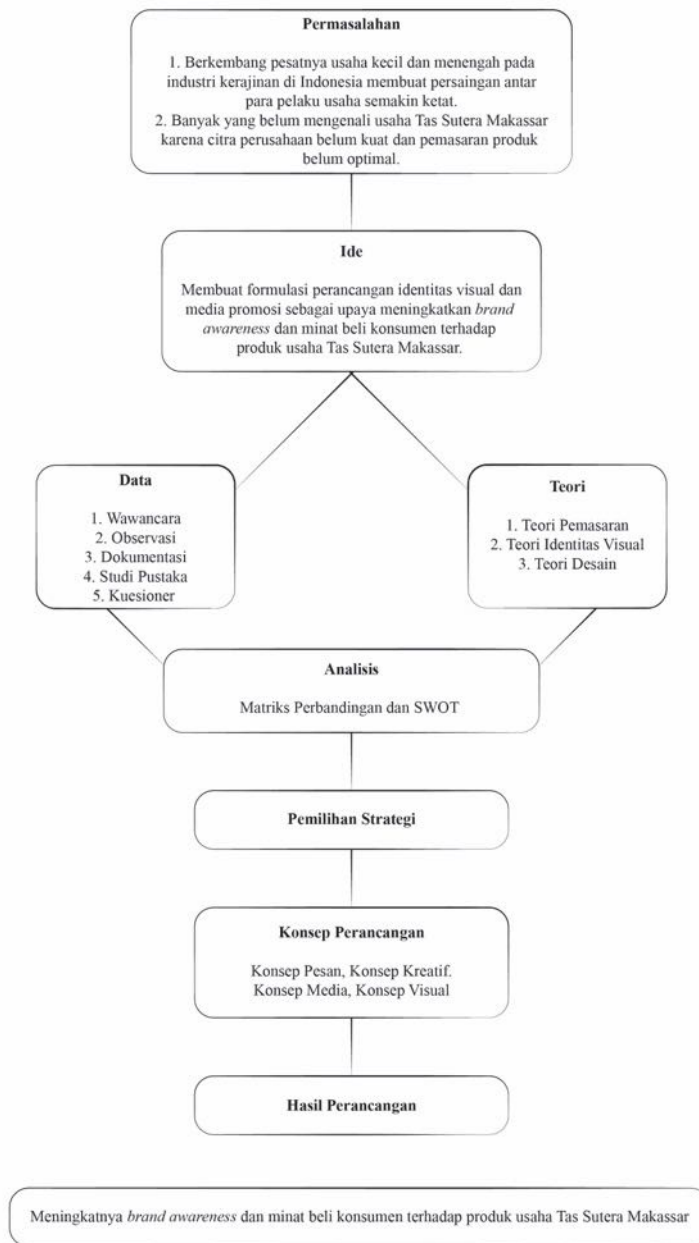
a. Analisis Matriks

Matriks merupakan metode analisis yang sangat bermanfaat yang dapat membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang atau membandingkan dengan cara menjajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan yang kemudian menghasilkan rangkuman yang mengarahkan kepada kesimpulan (Soewardikoen, 2013).

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menilai suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul dalam menentukan sebuah konsep perancangan (Sarwono & Lubis, 2012). Dalam hal ini penilaian dilihat dari faktor internal: kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternal: kesempatan (*opportunity*), ancaman (*threat*).

## 1.7 Kerangka Perancangan



**Gambar 1.1 Kerangka Perancangan**

(Sumber: Ichsan, 2019)

## **1.8 Pembabakan**

Penulisan tugas akhir ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditetapkan, seperti berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus permasalahan, tujuan dari perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan dari tiap bab dalam tugas akhir ini.

### **BAB II Dasar Pemikiran**

Bab ini berisikan penjelasan dari teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai pijakan atau acuan dalam proses perancangan objek penelitian.

### **BAB III Data & Analisis**

Bab ini berisikan uraian hasil survey dan pengumpulan data dilapangan terhadap objek penelitian secara terstruktur. Serta menganalisis data yang diperoleh menggunakan landasan teori untuk mendapatkan simpulan berupa konsep ideal yang akan digunakan dalam perancangan.

### **BAB IV Konsep & Hasil Perancangan**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai konsep yang telah dibuat seperti konsep pesan, konsep komunikasi, konsep media, dan konsep visual sesuai dari hasil analisis disertai dengan hasil perancangan yang telah dibuat mulai dari sketsa hingga penerapan pada media-media yang telah ditentukan.

### **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan atas perancangan yang telah dibuat, saran terhadap karya yang dihasilkan dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan selanjutnya.