

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Serangga memiliki banyak manfaat seperti sebagai organisme pembusuk dan pengurai, makanan bagi hewan-hewan, serta sebagai keseimbangan ekologi di alam. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa serangga juga dapat merugikan manusia. Serangga dapat menularkan berbagai jenis penyakit, menggagalkan pertanian yang sedang panen, atau merusak peralatan rumah. Serangga yang tergolong dalam jenis merugikan seperti contohnya; tomcat, nyamuk *Aedes Aegypti*, tungau, triatoma, rayap dan lain sebagainya, yang tanpa disadari jenis-jenis serangga tersebut berada di tempat tinggal manusia.

Risiko dari beberapa jenis serangga tersebut, ada yang mengganggu sampai berbahaya bagi manusia. Contohnya, jika tergigit oleh tungau akan menyebabkan ruam dan kulit gatal-gatal; gigitan Tomcat yang menyebabkan kulit ruam, gatal, merah, hingga rasa terbakar; dan nyamuk *Aedes Aegypti* yang menyebarkan virus Demam Berdarah Dengue (DBD) sehingga menyebabkan demam tinggi, ruam, hingga kematian. Walaupun terdapat beberapa jenis serangga yang tidak tergolong mematikan, menjaga kemunculan serangga yang merugikan harus tetap diperhatikan demi kenyamanan diri sendiri serta keluarga.

Dalam membasmi serangga, pembasmian dapat dilakukan secara pribadi maupun menggunakan jasa yang memberikan yang dikenal sebagai jasa *pest control*. Adanya penyedia jasa *pest control* sangat menguntungkan bagi masyarakat karena hasil yang diberikan lebih cepat, terjamin, dan maksimal, serta memudahkan masyarakat dalam mengatasi permasalahan hama yang ada di rumah. Di Indonesia terdapat banyak perusahaan yang memberikan layanan tersebut, antara lain PT. Etos Indonusa yang dikenal juga dengan nama ETOS.

PT. Etos Indonusa adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *pest control* di Indonesia, yang dikenal juga dengan nama ETOS. ETOS memiliki visi dan misi untuk menjadi salah satu perusahaan pengendali hama *professional* berbasis teknologi di Indonesia yang dapat dipercaya. Akan tetapi, sebagian masyarakat masih belum mengetahui perusahaan jasa pengendali hama ETOS. Hal tersebut dapat dikarenakan logo ETOS belum sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Ada pun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap suatu perusahaan, salah satunya adalah dengan adanya identitas perusahaan. Dalam

membangun suatu usaha, perusahaan harus memiliki identitas yang dapat mendeskripsikan perusahaan tersebut. Identitas perusahaan dirancang berdasarkan visi dan misi suatu perusahaan yang dapat membantu mendeskripsikan jasa atau barang yang ditawarkan. Dengan adanya identitas, suatu perusahaan dapat dengan mudah melakukan promosi. Dengan begitu masyarakat sadar akan perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan penjualan.

ETOS memiliki visi untuk menjadi perusahaan pengendali hama professional yang menggunakan ilmu pengetahuan dan peralatan yang berkualitas, dan misi untuk menyediakan pengendalian hama yang terjamin. Namun, menurut perwakilan dari ETOS identitas yang digunakan belum memiliki ciri khas dan sifat yang kuat dan konsisten dari perusahaan. Seperti logo ETOS belum menunjukkan visi dan misi yang dibangun. Hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkat kesadaran dan penjualan pada masyarakat, terutama target residensial.

ETOS memiliki target sasaran perusahaan yaitu target komersial dan residensial. Target komersial (primer) mencakup gedung-gedung seperti hotel, perkantoran, dan pabrik. Sedangkan target residensial (sekunder) yang dituju oleh ETOS tidak melainkan dari rumah-rumah masyarakat. Namun, berdasarkan informasi yang telah diberikan oleh pihak ETOS, target sekunder masih belum tercapai. Bahkan pada tahun 2019, target pendapatan perusahaan tidak tercapai. Upaya ETOS dalam melakukan promosi, antara lain dengan menggunakan *word of mouth*, media *online* maupun *offline*. Akan tetapi, usaha promosi yang telah dilakukan dianggap belum maksimal karena target belum tercapai.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang tertera pada paragraf di atas dapat disimpulkan bahwa, PT. Etos Indonusa membutuhkan rancangan strategi desain serta implementasi pada media visual demi meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat akan jasa yang diberikan, Dengan demikian, penulis akan melakukan penelitian dengan judul Merancang Strategi Desain dan Implementasi pada media visual PT ETOS Indonusa.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terdapat pada ETOS adalah sebagai berikut:

- a. Target khalayak sasaran sekunder belum tercapai

- b. Relevansi logo ETOS terhadap visi-misi perusahaan belum sesuai
- c. Kurang tepatnya implementasi promosi, yang berdampak kepada kesadaran masyarakat akan jasa ETOS

#### 1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang strategi desain serta implementasi pada media visual ETOS untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat?

#### 1.3 Tujuan Perancangan

Merancang identitas korporat demi meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat, sehingga penjualan jasa dan kepercayaan masyarakat meningkat.

#### 1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan pengetahuan dan kaidah-kaidah desain dari Desain Komunikasi Visual (DKV), yang juga sebagai jalan keluar untuk menyelesaikan masalah desain yang ada. Batasan masalah penelitian yang akan dilakukan oleh perancangan adalah sebagai berikut:

##### a. Apa

Perancangan identitas korporat dan implementasinya pada media promosi ETOS sebagai salah satu perusahaan pembasmi hama.

##### b. Kapan

Perancangan ini dilakukan mengikuti jadwal Tugas Akhir, tepatnya pada bulan Januari 2020 hingga Juli 2020.

##### c. Dimana

Pengumpulan data dan perancangan Tugas Akhir akan dilakukan di Bandung, Jawa Barat.

##### d. Mengapa

Meningkatkan kesadaran masyarakat dan kepercayaan terhadap jasa ETOS sehingga dapat menaikkan daya jual yang diberikan.

##### e. Siapa

Target khalayak sasaran pada penelitian ini adalah masyarakat residensial dengan rentan umur 18 tahun ke atas, yang telah memiliki tempat tinggal tetap.

##### f. Bagaimana

Melakukan penelitian terhadap ETOS untuk merancang ulang identitas korporat serta implementasi pada media promosi dengan menggunakan analisis strategi desain

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Metodologi

#### a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004:14). Dengan demikian, Penulis akan mengunjungi kantor cabang ETOS yang terletak di Bandung untuk melakukan observasi secara langsung, serta melakukan observasi pada penelitian sebelumnya.

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan untuk menggali sebuah pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian ataupun pandangan dari narasumber, demi memperoleh informasi tentang kejadian yang tidak dapat diamati secara langsung oleh peneliti, atau peristiwa pada masa lampau. (Soewardikoen, 2019: 53)

Walaupun wawancara mendalam dilakukan dengan cara yang santai, tetapi harus tetap ada target jawaban yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian. Wawancara tersruktur menggunakan daftar pertanyaan tertulis untuk mendapatkan data dari beberapa narasumber dalam waktu riset yang terbatas (Soewardikoen, 2019: 57-58). Maka dari itu, Penulis akan melakukan wawancara dengan pihak dari perusahaan, serta ahli di bidang perancangan identitas, yang bertujuan untuk merancang identitas korporat.

#### c. Studi Pustaka

Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pencarian terhadap buku, literatur, jurnal, serta laporan yang berhubungan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2013:93). Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mencari data-data yang konkret melalui studi pustaka cetak seperti buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya serta studi pustaka digital seperti internet dan *e-book*. Dengan topik teori strategi bisnis, strategi desain, perancangan identitas visual, serta media promosi.

#### d. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode untuk memperoleh data dari pengguna dalam waktu yang relatif singkat, karena sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban. Kuesioner berupa daftar pertanyaan tertulis yang diarahkan ke satu pilihan jawaban yang dapat dikategorikan dan dikuantifikasi. (Soewardikoen, 2019:59)

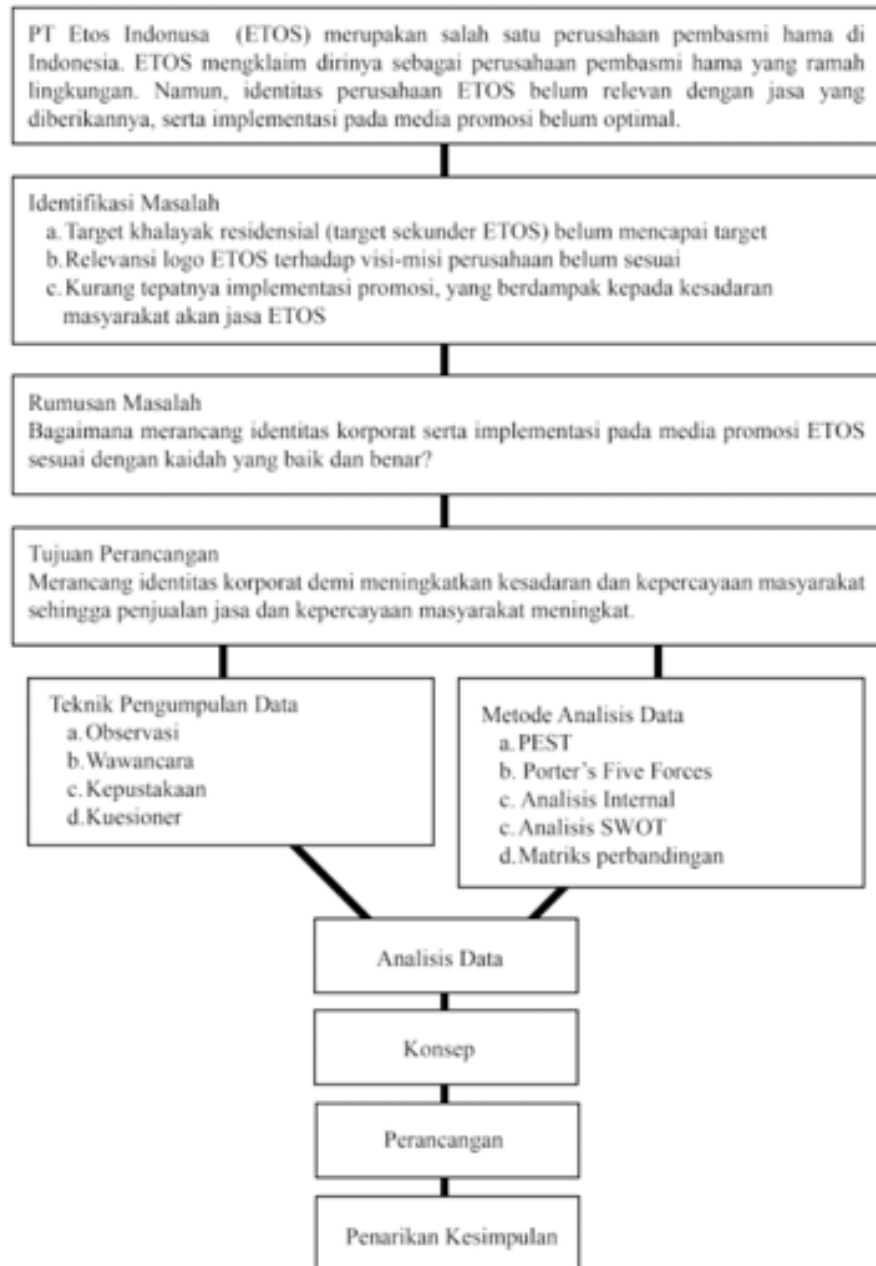
#### 1.5.2 Metode Analisis Data

Menganalisis data merupakan hubungan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data yang diperoleh. Walaupun terdapat berbagai macam cara analisis data, harus tetap berpegang teguh pada prinsipnya yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sehingga data yang diperoleh dibedah dengan teori relevan yang sudah dikerangkakan. (Soewardikoen, 2019:81)

#### 1.5.3 Analisis Matriks

Analisis matriks adalah S Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi berbeda, konsep atau seperangkat informasi. (Soewardikoen, 2019:59)

## 1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## 1.7 Pembabakan

### a. BAB I Pendahuluan

Bab I pada penelitian ini memaparkan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan perancangan desain untuk PT ETOS Indonusa.

### b. BAB II Dasar Pemikiran

Bab II menjelaskan tentang teori atau dasar pemikiran yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan melakukan analisis manajemen dalam menyelesaikan perancangan desain .

### c. BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab III menguraikan tentang pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner, yang kemudian dianalisis menggunakan dasar pemikiran yang terdapat pada BAB II.

### d. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab IV menjelaskan konsep yang digunakan dalam melakukan perancangan berdasarkan analisis manajemen yang telah didapatkan untuk dipergunakan dalam merancang strategi desain PT ETOS Indonusa.

### e. BAB V Penutup

Bab V menjelaskan tentang kesimpulan serta saran dari perancangan strategi desain yang telah dilakukan peneliti kepada PT ETOS Indonusa.