

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan bahan baku pangan yang melimpah sehingga terdapat banyak variasi makanan yang beragam sehingga setiap daerah memiliki makanan khas masing-masing, terlebih lagi dengan adanya budaya membawa oleh-oleh saat kita mengunjungi suatu tempat (Anwari, Meliani, & Prasetyowati, 2017, pp. 12-24). Oleh-oleh adalah sesuatu yang dapat bisa dibawa pulang, dalam kiasan bisa disebut sebagai buah tangan (KBBI, 2019).

Oleh-oleh di berbagai kota memiliki banyak ragam jenis, dari mulai makanan hingga benda-benda antik sekalipun, dan dapat dijumpai di pusat kota bahkan tempat tertentu seperti toko emperan di pinggir jalan salah satunya yaitu kota Indramayu. Indramayu disebut sebagai kota mangga, dikarenakan mudah sekali menjumpai buah mangga setiap sudut rumah-rumah penduduknya. Menurut *website* resmi Pemerintah Kabupaten Indramayu (Deni, 2017), buah mangga Indramayu adalah buah mangga terbaik, dikarenakan memiliki aroma sangat kuat, memiliki tekstur yang lembut, warna menggoda, sehingga memiliki rasa yang lezat.

Hampir disetiap sudut rumah terdapat tanaman buah mangga, sehingga produksi buah mangga di Indramayu sungguh melimpah dan telah dipasarkan secara luas ke berbagai daerah terutama Jawa Barat dan Jakarta (Ferdiana, 2016). Semakin majunya pengetahuan masyarakat sekitar mengenai produksi mangga maka banyak yang memulai usaha untuk mengolah kembali buah mangga (Salamtani.id, 2018).

Dikarenakan dampak negatif dari buah yang cepat membusuk, masyarakat Indramayu mengantisipasi dengan mengolahnya menjadi olahan baru sehingga dapat dijual kembali sebagai oleh-oleh. Olahan yang diproduksi bisa menjadi berbagai macam jenis salah satunya yaitu manisan mangga. Biasanya mangga yang dibutuhkan adalah mangga yang belum matang sempurna. Meskipun bahan dan pengolahannya cukup mudah belum banyak wirausahawan yang membangun bisnis dari olahan

mangga Indramayu tersebut. Sehingga belum banyak orang yang mengenal termasuk wisatawan tentang manisan mangga Indramayu.

Salah satu wirausahawan yang mengayomi produksi manisan mangga ini adalah kerap disapa Kang Adi (30 tahun). Beliau adalah usahawan yang bergerak dibidang agroindustri buah mangga. Usaha ini berdiri pada tahun 2016, alasan membuat usaha ini karena melihat potensi buah mangga Indramayu yang melimpah hingga pada akhirnya disebut sebagai “Kota Mangga”. Pengolahan pada mangga Indramayu menjadi manisan ini mampu mengubah harga di pasaran, dan memberikan efek baik bagi perekonomian masyarakat. Manisan mangga dengan ukuran kecil dapat di jual senilah kurang dan lebih Rp. 15.000, hingga ukuran besar yang mencapai harga kurang dan lebih Rp. 120.000,-. Harga tersebut cukup diterima oleh banyak konsumen karena melihat kualitas yang ditawarkan (Salamtani.id, 2018). Kemajuan teknologi merupakan alasan untuk mengembangkan suatu usaha, hal ini dilakukan untuk memberikan dampak baik bagi usaha tersebut. Tak terkecuali penjualan olahan manisan mangga Indramayu yang kini dapat di jumpai melalui *website* dan distributor online lainnya. Tentunya untuk mendukung penjualan setiap makanan membutuhkan kemasan yang dapat melindunginya dari masalah-masalah yang tidak terduga nantinya. Hal ini sangat penting untuk menjaga kualitas dari produk yang hendak dikirim. Kemasan berfungsi sebagai pelindung barang yang bersifat cepat rusak atau hanya bersifat sekedar tempat penyimpanan saja.

Sejak zaman Paleolitikum, kemasan sudah dipakai dengan bahan dasar rumput laut hingga ranting kayu yang lentur. Perkembangan tahun ke tahun, kemasan berubah bentuk dengan penyesuaian ukuran dari isi serta fungsi yang diinginkan. Semakin kompleks perkembangan zaman, semakin melesit juga nilai fungsional kemasan Harundiah, (2019, hal. 76). Menurut Kaihatu pada jurnal yan ditulis oleh Tunkey, dan Koharadinata (2016, hal. 578-579) kemasan yang baik dipengaruhi oleh faktor-faktor pendukung antara lain, faktor ekonomi, pengamanan, pendistribusian, informasi, komunikasi, ergonomi, estetika, dan identitas. Hal ini belum terjadi pada kemasan manisan mangga Indramayu dokter Liana. Menurut survei yang dilakukan oleh penulis, bahwa manisan mangga Indramayu dokter Liana kurang dalam faktor estetika dan identitas, sebanyak 83,3% menjawab belum ada kecocokan antara identitas visual

dengan manisan mangga. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh penulis tentang minat beli konsumen terhadap kemenarikan tampilan kemasan bahwa sebanyak 63,3% responden menjawab berpengaruh. Hal ini berbanding lurus bahwa kemasan merupakan bagian penting dari sebuah produk, dimana tidak semua pelaku bisnis menyadari bahwa kemasan produk yang mereka tawarkan sangat berpengaruh terhadap angka penjualan produk mereka karena sebagian besar konsumen memilih sebuah produk karena tertarik dengan kemasan dari produk tersebut (BisnisUKM, 2016).

Era globalisasi saat ini mendorong perspektif konsumen bahwa sebuah produk bukan lagi hanya dapat mengunggulkan kualitas atau teknologi yang canggih saja, tetapi juga dengan desain produk yang memberikan *emotional benefit* yang digunakan sebagai nilai tambah kepada para konsumen. Terlebih lagi, daya Tarik sebuah produk tidak dapat terlepas dari desain kemasan karena kemasan merupakan pemicu utama konsumen saat melihat sebuah produk (Maulina, 2020). Oleh karena itu, para pebisnis harus lebih memperhatikan kemasan dari produk mereka untuk menambah nilai jual dan menjadi pembeda dengan produk yang lainnya.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijabarkan, bahwasannya olahan manisan mangga dokter Liana sangat berpengaruh bagi kota Indramayu, yang dimana dapat memberikan *brand image* baru sehingga dapat memberikan dampak baik. Begitupun pengaruhnya terhadap desain identitas visual kemasan yang dipakai. Oleh karena itu kemasan manisan mangga dokter Liana membutuhkan dukungan dari salah satu faktor yaitu estetika untuk perancangan identitas visual. Selain itu dukungan dari media promosi juga berpengaruh untuk pendistributoran olahan tersebut. Hal ini dibuat agar nantinya manisan mangga Indramayu dokter Liana ini dapat dikenal, tidak hanya masyarakat lokal saja, hingga luar jawapun dapat mengenalnya. Perancangan ini juga dibuat untuk mengembangkan citra positif dari kota Indramayu sebagai kota mangga. Dengan ini diharapkan manisan manggaa menjadi produk olahan makanan yang terkenal dan menjadi oleh-oleh khas Indramayu bagi masyarakat yang mengunjunginya.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Kurang menariknya identitas visual yang dimiliki oleh produk manisan mangga dokter Liana, sehingga belum ada nilai keunikan dan pembeda untuk menarik minat konsumen
2. Belum ada perubahan dari waktu ke waktu dan inovasi baru pada kemasan.
3. Media promosi yang kurang sehingga masyarakat luar banyak yang belum mengetahuinya

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana merancang identitas visual pada kemasan manisan mangga Indramayu dokter Liana yang mencirikan produk Indramayu.
2. Bagaimana mengenalkan manisan mangga dokter Liana kepada masyarakat?

## **1.3 Ruang lingkup**

### **1. Apa**

Melakukan perancangan identitas visual pada kemasan olahan manisan mangga dokter Liana sebagai oleh-oleh khas kota Indramayu, guna menjadikan keunggulan pada produk tersebut sehingga dapat berpengaruh sebagai pembeda dari produk lainnya

### **2. Siapa**

Perancangan ditujukan untuk masyarakat Indramayu kisaran usia 18-40 tahun dengan menunjuk salah satu UMKM sebagai acuan perancangan.

### **3. Bagian mana**

Perancangan ini memfokuskan pada bagaimana perancangan identitas visual yang dimana menjadi faktor pembeda dalam persaingan bisnis makanan khususnya pada manisan mangga, serta memberikan image positif untuk kota Indramayu tersendiri.

### **4. Tempat**

Penelitian dan pengumpulan data secara langsung pergi ke tempat produksi yang terkenal di Indramayu yaitu tempat produksi manisan mangga Indramayu dokter Liana.

#### 5. Waktu

Penulis melakukan perancangan membutuhkan waktu kisaran bulan Februari 2020 hingga Juli 2020.

### 1.4 Tujuan perancangan

Merancang identitas visual kemasan manisan mangga Indramayu dokter Liana guna menjadi salah satu faktor pembeda dari produk yang lain, serta dapat memberikan *brand image* baru sebagai oleh-oleh khas kota Indramayu yang dibantu oleh media promosi sehingga banyak masyarakat lokal maupun luar dapat lebih mengetahuinya. Perancangan ini dibuat agar ada perubahan pada kemasan dan menciptakan kemasan pendukung untuk pembelian produk lebih dari satu. Hal lain juga digunakan sebagai faktor pengaman dalam pembelian.

### 1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan berupa metode penelitian secara Kualitatif. Menurut Sugiyono (2011), Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan sikap postpositivisme dengan arti memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif, dengan ini dapat digunakan untuk kondisi obyek yang ilmiah, dimana teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, dan lebih menekankan makna daripada generalisasi.

#### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan untuk penelitian ini antara lain

##### 1. Observasi

Pengamatan langsung oleh penulis untuk mengumpulkan data informasi seputar manisan mangga. Observasi ini dilakukan di kota Indramayu pada tempat produksi langsung manisan mangga.

##### 2. Wawancara

Melakukan wawancara terstruktur maupun fleksibel kepada responden yang berkaitan. Metode ini dilakukan secara nyata atau *face to face* dilakukan guna mendapatkan informasi yang valid. wawancara menargetkan produsen dan konsumen terkait perancangan ini.

### 3. Studi Pustaka

Metode yang dilakukan dengan hasil berupa ringkasan dari berbagai referensi berupa buku, artikel resmi, maupun jurnal. Referensi yang dicari berkaitan dengan analisis yang akan dilakukan. Sebagai pondasi untuk menguatkan data dalam perancangan.

### 4. Kuisisioner

Hasil data kuantitatif yang signifikan dari perhitungan hasil akhir kuisisioner yang disebar kepada responden. Pertanyaan yang disebar biasanya menyangkut dengan permasalahan nilai suatu unsur. Hasil akhirnya akan menciptakan asumsi. (Soewardikoen, 2013, hal. 55)

## 1.5.2 Analisis

### a. Analisis SWOT

Analisis yang dilakukan pada perancangan ini melakukan analisis SWOT (*strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis berikut merupakan cara yang dilakukan untuk menganalisis perusahaan yang dimana mencari tahu mengenai faktor luarnya. Antara lain faktor luar berupa ancaman secara vertikal. Sedangkan untuk faktor dalam adalah kekuatan dan kelemahan disisi *horizontal* (Soewardikoen, 2013, hal. 62). Tujuannya adalah membentuk sebuah strategi sebagai pelengkap dalam perancangan ini, dengan mengandalkan evaluasi dari 4 faktor tersebut.

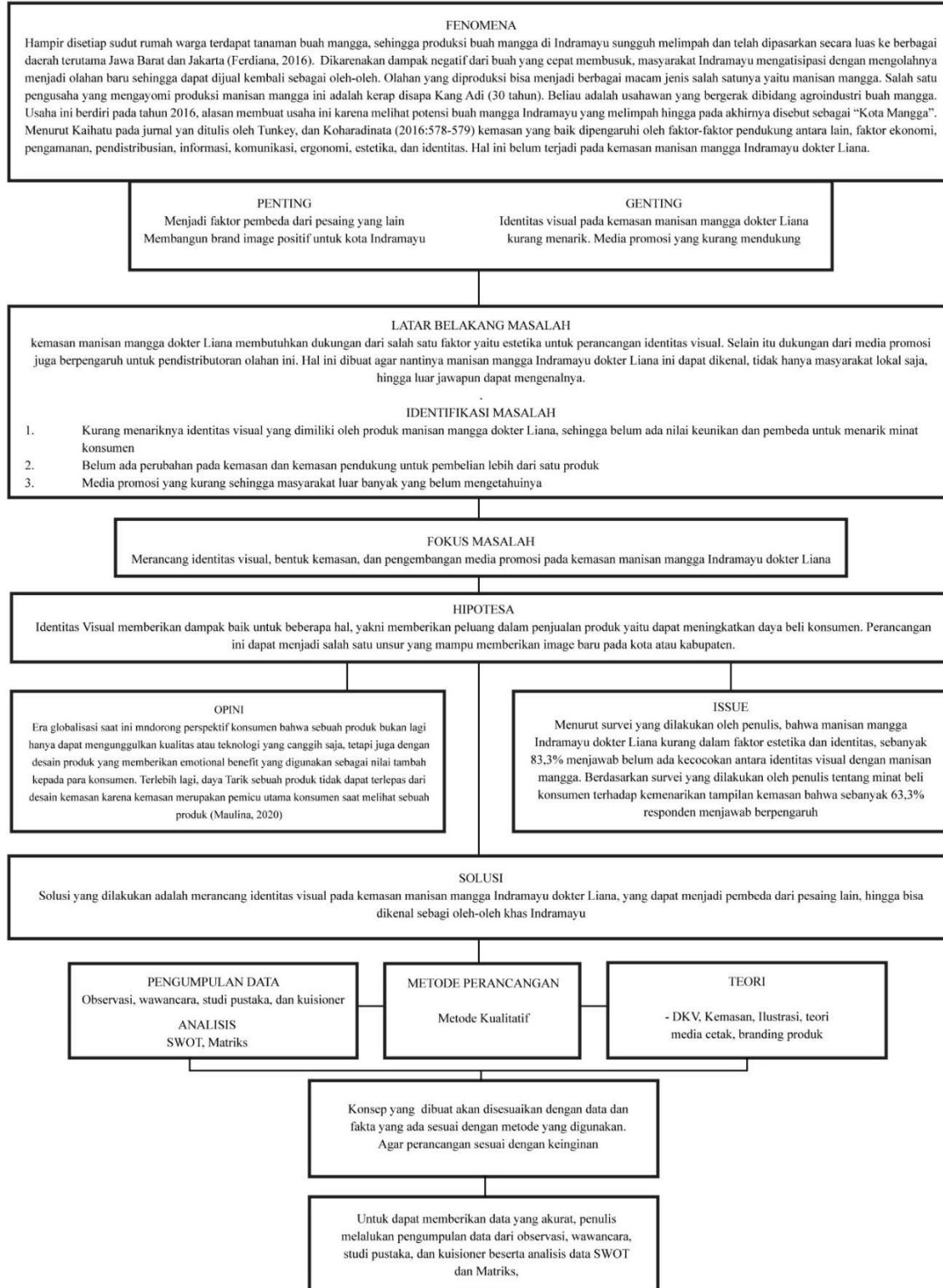
### b. Analisis Matriks

Analisis berupa membandingkan dari beberapa contoh karya visual dengan menyertakan kolom tabel perbedaan dan mencatatnya dengan maksud untuk mencari perbedaan dari segala unsur visual.

c. Analisis AISAS

Metode analisis yang digunakan sebagai model perancangan untuk memudahkan dalam pendekatan perilaku terhadap konsumen melalui kemajuan teknologi Internet. (Elizabeth Meilyana, 2018).

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1 Kerangka Perancangan  
Sumber: Dokumentasi Pribadi 1



## **1.7 Pembabakan**

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka pemikiran, serta kerangka pemikiran laporan penelitian.

- **BAB 2 DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi.

- **BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data aspek imaji, data wawancara, data kuesioner dan analisis konten, analisis visual, analisis matriks, serta kesimpulan.

- **BAB 4 PENUTUP**

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian.