

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan kesuburan tanah yang begitu baik. Hal ini disebabkan karena letak negara Indonesia yang berada sejajar dengan garis katulistiwa. Indonesia berada pada garis lintang 6° LU (Lintang Utara) - 11° LS (Lintang Selatan) yang merupakan wilayah dengan iklim tropis sehingga terdapat hutan hujan tropis yang luas, curah hujan yang tinggi, kelembaban udara yang tinggi, dan sinar matahari sepanjang tahun. Kondisi ini membuat berbagai jenis tanaman dapat tumbuh dengan baik di Indonesia.

Menteri Pertanian (Mentan) periode 2014-2019, Andi Amran Sulaiman dalam salah satu kunjungannya di wilayah Banjarnegara, Kabupaten Bandung pada Jum'at (4/1/2018) menyebutkan, ekspor hortikultura seperti sayuran, buah, dan bunga asal Indonesia memang tengah naik daun, meningkat 11,92 persen dengan nilai lebih dari Rp 5 triliun di 2018 dengan negara tujuan ke 113 negara. Secara spesifik, data Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian (Kementan) menunjukkan selama 2018 lalu, ekspor sayuran naik 4,8 persen, ekspor bunga naik 7,03 persen, sementara ekspor buah naik signifikan 26,27 persen (Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 03-03-2020. 22.14 WIB. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=3545>).

Salah satu tanaman hias yang tengah populer adalah sukulen. Dalam ilmu botani, sukulen adalah tanaman yang mempunyai beberapa bagian lebih gemuk atau tebal, biasanya berperan menghambat penguapan air pada kondisi tanah yang kurang air atau iklim yang gersang. Arti kata sukulen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*succulent*", sementara *succulent* sendiri merupakan kata Latin yaitu "*sucus*" yang berarti getah atau jus. Kelebihan tanaman sukulen yaitu mampu menyimpan air di berbagai bagian tubuhnya seperti akar, batang, dan juga daun. Kaktus merupakan jenis *succulent* yang paling populer.

Maraknya masyarakat di perkotaan yang memilih untuk tinggal di apartemen membuat sulitnya mewujudkan impian untuk memiliki tanaman dalam hunian dikarenakan keterbatasan lahan pada *vertical living* seperti ini. Padahal rasa sejuk akan dengan mudah tercipta ketika hunian dilengkapi dengan tanaman. Kehadiran elemen hijau yang dimiliki oleh tanaman disinyalir mampu memberikan efek positif bagi penghuninya. Diantaranya adalah menjadi pemasok oksigen sehingga menciptakan hunian yang lebih sehat serta membantu menciptakan rasa bahagia dan energi positif bagi terhadap penghuninya. Hal inilah yang turut membuat tanaman hias jenis *succulent* kian

populer menjadi pilihan di hunian. Beberapa alasan lainnya adalah terkait *practicality*, ekonomis, serta turut menjadi pilihan desain yang berkelanjutan.

Gaya hidup masyarakat urban yang sangat dipengaruhi dengan teknologi yang menuntut mereka untuk selalu *update* mengenai perkembangan yang terjadi juga berpengaruh terhadap kepopuleran *succulent*. Hal ini disebabkan karena masyarakat urban tidak memiliki banyak waktu untuk urusan lain sehingga *succulent* menjadi pilihan yang tepat bagi mereka yang ingin merawat tanaman karena perawatannya yang mudah. Hanya memerlukan penyiraman minimal seminggu sekali dan tidak memerlukan banyak sinar matahari, *succulent* dapat tumbuh dengan baik.

Melihat peluang ini Succulent Bandung didirikan. Succulent Bandung merupakan toko online yang menjual tanaman hias terutama berbagai jenis *succulent* yang didirikan oleh Fachrul Rozi Saipul Mukmin dan Agit Lamasordia pada tahun 2016. Succulent Bandung memiliki kebun yang terletak di Jl. Buka Nagara No.150, Pagerwangi, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Selain menjual secara langsung, Succulent Bandung aktif beroperasi di media sosial berupa *Instagram*. Pada awalnya usaha ini hanya dilakukan untuk menambah pendapatan dan mengisi waktu luang. Namun tingginya permintaan dan peminat dari *succulent* membuat mereka menekuni usaha ini.

Semakin banyaknya peminat *succulent* juga membuat semakin banyak toko lain yang mulai berjualan di *Instagram*. Dengan semakin banyaknya toko online yang tersedia membuat konsumen harus memilih yang mana toko yang paling sesuai dengan mereka. Namun karena tidak memiliki pengalaman dalam hal desain, unggahan yang terdapat pada *Instagram* Succulent Bandung hanya berupa foto seadanya tanpa memiliki keunikan atau identitas. Hal ini mengakibatkan materi unggahan yang berbeda-beda atau tidak konsisten. Serta media promosi yang masih mengandalkan *Instagram* berdampak pada kurangnya *awareness* masyarakat terhadap Succulent Bandung.

Merujuk pada fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian tentang "Perancangan Strategi Desain Untuk Meningkatkan Brand Awareness Succulent Bandung" yang diharapkan dapat membantu Succulent Bandung dalam meningkatkan penjualannya. Selain menentukan strategi desain, identitas visual juga sangat diperlukan oleh Succulent Bandung agar memiliki ciri khas dan pembeda dalam segi unggahan di media sosial. Sehingga Succulent Bandung dapat bersaing dan meningkatkan usahanya dalam industri kreatif.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Banyaknya penjual tanaman hias di kota Bandung membuat persaingan bisnis yang ketat
- b. Identitas visual Succulent Bandung yang tidak konsisten

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, adapun rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah:

Bagaimana merumuskan strategi desain dan merancang implementasinya pada media promosi untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada *brand* Succulent Bandung?

## 1.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini dibatasi dengan kaidah-kaidah desain dari Desain Komunikasi Visual guna menyelesaikan masalah desain yang ada. Batasan masalah penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. What  
Perancangan strategi desain dan identitas visual serta implementasinya pada media promosi Succulent Bandung, toko online yang menjual *succulent*.
- b. When  
Perancangan ini dilakukan mengikuti jadwal Tugas Akhir periode 2019/2020, tepatnya pada bulan Januari 2020 hingga Juli 2020.
- c. Where  
Perancangan Tugas Akhir akan dilakukan di Bandung, Jawa Barat.
- d. Why  
Meningkatkan kesadaran masyarakat dan loyalitas terhadap Succulent Bandung sehingga dapat meningkatkan daya jual.

- e. Who  
Target khalayak sasaran pada penelitian ini adalah masyarakat modern berusia 17-30 tahun yang tinggal di perkotaan, tidak memiliki banyak waktu untuk merawat tanaman namun menyukai tanaman *succulent*.
- f. How  
Melakukan penelitian terhadap Succulent Bandung untuk merancang strategi desain dan identitas visual, serta implementasinya pada media promosi Succulent Bandung.

## 1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk merumuskan strategi desain dan implementasinya pada media visual untuk meningkatkan *Brand Awareness* dari Succulent Bandung.

## 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). Penulis akan mengunjungi kebun Succulent Bandung yang terletak di Jl. Buka Nagara No.150, Pagerwangi, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391, dan tempat pengemasan yang berada di Lembang, Bandung untuk melakukan observasi secara langsung. Penulis juga melakukan observasi pada pesaing dari Succulent Bandung.

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan kepada responden untuk memahami suatu keinginan dan kebutuhan (Supriyati, 2011:48). Penulis akan melakukan wawancara dengan pihak dari Succulent Bandung, serta ahli di bidang perancangan identitas, yang bertujuan untuk merancang strategi desain secara terstruktur.

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 cetak seperti internet dan *e-book*.

d. Kuesioner

Menurut Indrawati (2015: 127), item kuesioner digunakan sebagai pengukur sebuah variabel yang diambil dari jurnal yang kriterianya telah valid. Metode kuesioner ini digunakan oleh penulis demi mendapatkan data dari target responden berdasarkan variabel yang telah ditentukan. Responden yang dituju adalah masyarakat modern yang ingin merawat tanaman, penyuka *succulent*, dan mereka yang baru ingin merawat *succulent*.

1.5.2 Metode Analisis Data

Penulis melakukan analisis data dengan mengacu pada *The Design Management Strategy Process* menurut Brigitte Borja De Mozota dalam buku *Design Management Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*.

*“Design management must first participate in the strategy formulation and selection processes by making an effort to bring design knowledge into the transformative vision of the market, but also by supervising the penetration of the design spirit into business objective.”*

**Tabel 1.1 The Design Management Strategy Process**

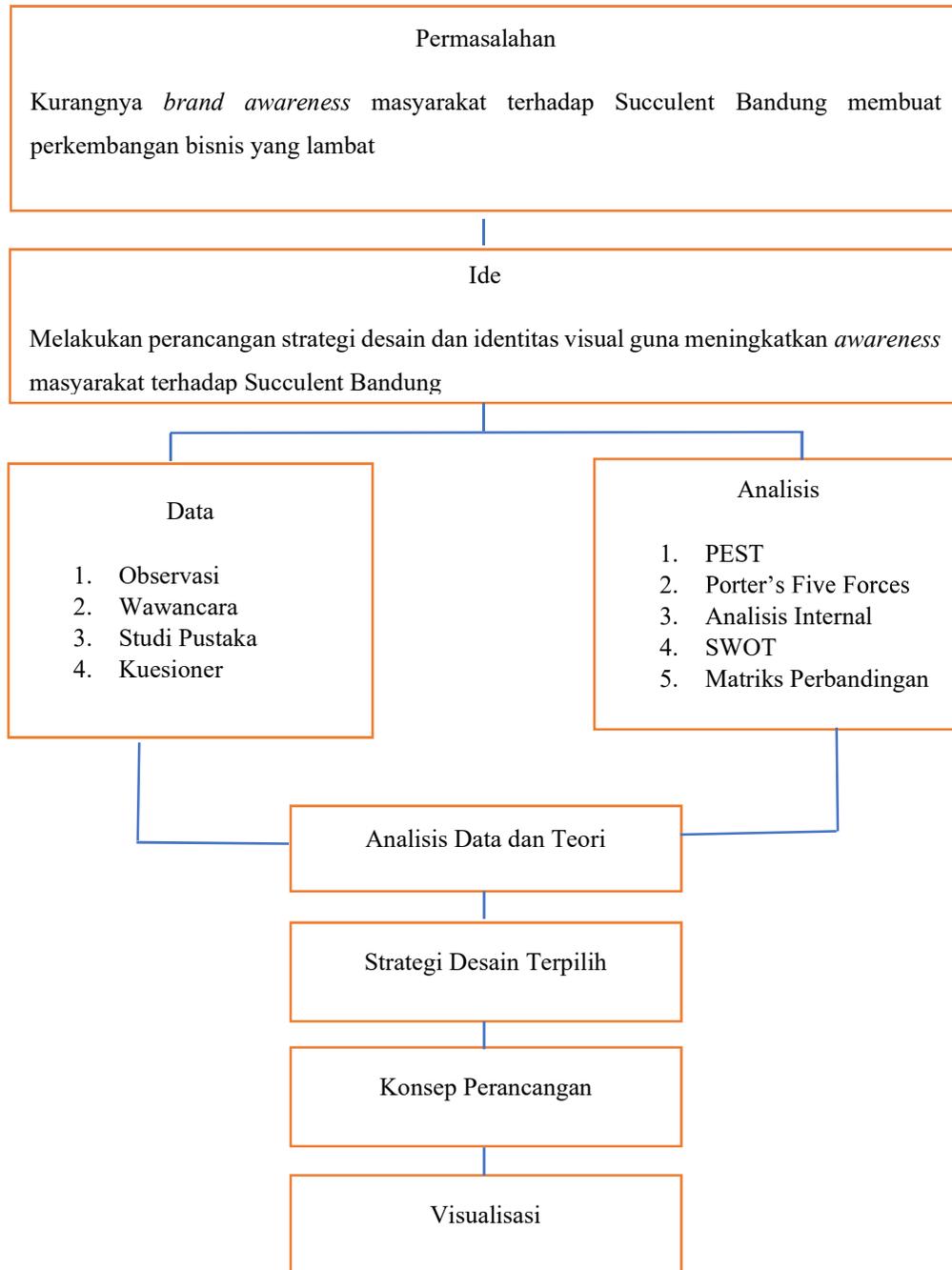
Phases	Issue to analyze	Tool
1. Strategy Formulation Competitive Analysis External	Industry attractiveness Opportunities & Threats	“PEST” analysis “Porter’s 5 forces” model Scenarios Strategic Group Segmentation Matrix attractiveness/assets
Competitive Analysis Internal	Strategic capacity Key success factor Strengths & Weakness	Value chain Benchmarking Portfolio analysis
Organizational objectives	Synthesis	SWOT analysis
	Corporate governance Stakeholders’ expectations	Matrix power/interest Identity focalization

	Business ethics Culture	
	Mission vision	Design management strategic audit
2. Strategy selection	Balance between governance objectives and SWOT analysis	Porter generic strategies • Volume/price • Differentiation
3. Strategy Impelementation	Strategy development routes	Vertical integration Diversification Internationalization

(Sumber: Brigitte Borja De Mozota, 2003:239)

## 1.6 Kerangka Perancangan

Tabel 1.2 Kerangka Perancangan



(Sumber: Data 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 Succulent Bandung.
- b. **BAB II Dasar Pemikiran**  
Bab II menjelaskan tentang teori atau dasar pemikiran yang relevan untuk digunakan sebagai dasar dalam 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 Succulent Bandung
- e. **BAB V Penutup**  
Bab V menjelaskan tentang kesimpulan serta saran dari perancangan strategi desain yang telah dilakukan peneliti terhadap Succulent Bandung.