

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis tentunya diperlukan sebuah merek ataupun brand untuk mengenalkan produk dari bisnis tersebut. Merek dari sebuah jenis usaha memerlukan identitas yang dibangun sesuai dengan visi serta misi dari usaha bisnis dan produk yang tawarkan. Perancangan identitas visual menjadi penting mengingat dengan identitas visual, sebuah merek memiliki identitas sehingga mudah dikenali oleh masyarakat dan calon konsumen.

Pd. Jembar Sari merupakan supplier buah-buahan yang mendistribusikan produknya ke segala macam toko baik itu di pasar tradisional maupun pasar swalayan. JS Buah berdiri sejak tahun 1973 dan telah menjadi salah satu pemasok buah-buahan di daerah Bandung dan sekitarnya. Demi untuk lebih memajukan usahanya, Pd. Jembar Sari memerlukan perancangan identitas visual untuk merepresentasikan seluruh entitas non-fisik serta karakteristik dari Pd. Jembar Sari agar dapat menarik minat masyarakat dan pangsa pasar yang lebih luas lagi. Selain itu, dengan dirancangnya identitas visual, dapat menjadi salah satu rangkaian promosi dari Pd. Jembar Sari karena dengan identitas visual maka akan memberikan diferensiasi antara Pd. Jembar Sari dengan usaha dan produk yang serupa.

Pd. Jembar Sari sebagai pemasok produk buah-buahan, selain identitas visual maka diperlukan juga perancangan kemasan. Pada saat ini hampir setiap kemasan menggunakan plastik mengingat keunggulannya sebagai media pengemas dapat memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia dalam merancang sebuah kemasan. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan limbah plastik yang semakin meningkat tiap tahunnya secara nasional maupun internasional (Inaplast, 2004; Piyush et.al, 1995 dalam Pudjiastuti et al., 2010). Peningkatan dari limbah plastik ini tentu menjadi

masalah yang cukup serius bagi lingkungan alam dimana limbah plastik ini akan mematikan berbagai komponen alam baik di darat maupun laut.

Di sisi lain, penggunaan plastik di dunia pasar industri sangat masif dan kini tengah menjadi sorotan publik, salah satu contohnya adalah pasar-pasar induk atau pasar tradisional. Penggunaan plastik di pasar sebagai media pengemas terus meningkat ditambah pengunjung yang selalu berdatangan memaksa produksi plastik terus berjalan. Limbah plastik ini memiliki dampak yang berbahaya bagi lingkungan alam, dimana plastik ini dapat mencemari tanah, air tanah, serta makhluk bawah tanah karena racun-racun dari partikel yang dimiliki oleh plastik dapat membunuh hewan pengurai seperti cacing. Selain itu plastik juga menghambat laju air menuju kedalam tanah sehingga dapat menurunkan tingkat kesuburan tanah serta menghalangi sirkulasi udara di dalam tanah. Di sisi lain, plastik juga dapat membahayakan biota laut seperti ikan, penyu, anjing laut, dan yang lainnya karena dianggap sebagai makanan sehingga plastik akan meracuni biota laut tersebut (Purwaningrum, 2016).

Beberapa waktu kebelakang telah disuarakan oleh banyak organisasi dan juga pemerintah Indonesia untuk menghimbau dan menyadarkan masyarakat agar membuang sampah pada tempatnya. Namun, karena dirasa kurang berhasil maka diambil langkah lainnya yaitu dengan mengurangi penggunaan plastik. Langkah tersebut juga telah diterapkan oleh beberapa pasar, minimarket dan beberapa restoran siap saji. Namun tentu saja tidak akan cukup, mengingat penggunaan plastik ada dimana-mana bukan hanya di minimarket dan restoran siap saji. Maka dari itu dibutuhkan langkah lainnya dalam mengurangi limbah plastik sehingga diciptakan lah plastik biodegradable, namun karena biaya produksi yang mahal serta sifat ketahanan mekanik atau fisiknya yang rendah dibandingkan dengan plastik sintetis, maka hanya jenis usaha tertentu yang menggunakannya ( Aloma dkk, 2001; Betha dkk, 2001 dalam Pudjiastuti et al., 2010).

Solusi lain untuk mengurangi limbah plastik adalah dengan menggunakan media bahan dasar organik untuk menggantikan plastik itu sendiri sehingga mudah terurai seperti kertas dengan berbagai jenisnya ataupun kain, selain itu juga dapat

digunakan media yang mengandung unsur 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*). *Reuse* yang berarti menggunakan kembali segala jenis sampah yang masih dapat digunakan dengan fungsi yang sama maupun fungsi lainnya. Kemudian, *Reduce* berarti mengurangi sampah itu sendiri seperti mengurangi limbah plastik. Setelah itu, *Recycle* yang berarti mendaur ulang sampah sehingga menjadi suatu bahan atau produk yang baru.

Kesadaran masyarakat yang sangat minim untuk membuang sampah pada tempatnya, penggunaan plastik yang masih marak, dan penggunaan plastik biodegradable yang cukup mahal maka menimbulkan keinginan untuk mencari langkah alternatif lainnya untuk mengurangi limbah plastik serta menjaga lingkungan alam. Berangkat dari permasalahan tersebut, penulis bekerja sama dengan Pd. Jembar Sari sebagai penyedia proyek yang kemudian nantinya akan dirancang identitas visual serta kemasan untuk produknya, agar dapat memberikan informasi secara visual mengenai kemasan ramah lingkungan. Penulis berharap, dengan perancangan identitas visual dan kemasan ini dapat meningkatkan daya jual produk dari Pd. Jembar Sari dan memberikan informasi mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan alam. Pada kasus ini, kemasan ramah lingkungan yang mengandung unsur 3R sangat diperlukan untuk para pedagang di pasar agar setidaknya sebagai salah satu tempat yang paling banyak mendistribusikan plastik kini dapat mengurangi penggunaan plastik itu sendiri dan kemudian dapat berdampak baik bagi kelestarian lingkungan alam.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Tidak adanya rancangan identitas visual untuk mempromosikan dan memberikan diferensiasi terhadap Pd. Jembar Sari serta produknya dengan usaha serupa.
2. Sempitnya pangsa pasar sehingga penjualan produk tidak maksimal.
3. Minimnya penggunaan bahan yang ramah lingkungan untuk kemasan produk.

4. Buruknya pengelolaan limbah plastik sehingga memberikan dampak buruk bagi kelestarian lingkungan alam.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari fenomena dan latar belakang masalah yang kemudian dikaitkan dengan implementasi langsung terhadap usaha memajukan usaha Pd. Jembar Sari serta usaha dalam mengurangi limbah plastik, dimana terdapat beberapa komponen yang terlibat seperti; UMKM, Seniman, dan masyarakat, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah, “Bagaimana merancang identitas visual dan kemasan ramah lingkungan untuk memperluas penjualan produk dan pangsa pasar serta turut dalam proses pelestarian lingkungan alam?”.

### **1.4 Ruang Lingkup**

Untuk memfokuskan tujuan dari penelitian ini maka penulis membatasi ruang lingkup dan masalah. Adapun yang menjadi ruang lingkup adalah sebagai berikut:

#### **a. Apa**

Penelitian ini dilakukan untuk tujuan perancangan identitas visual dan kemasan yang ramah lingkungan untuk Pd. Jembar Sari.

#### **b. Bagian Mana**

Penelitian ini difokuskan pada perancangan identitas visual dan kemasan ramah lingkungan untuk Pd. Jembar Sari.

#### **c. Tempat**

Pengumpulan data dan perancangan dari penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Bandung.

#### **d. Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu selama pengerjaan Tugas Akhir berlangsung.

**e. Siapa**

Target audiens dari penelitian ini adalah kalangan remaja dan dewasa.

**1.5 Tujuan**

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merancang identitas visual Pd. Jembar Sari untuk mempromosikan dan memberikan diferensiasi kepada usaha dengan produk yang serupa.
2. Meningkatkan daya jual produk serta pangsa pasar dari Pd. Jembar Sari.
3. Merancang kemasan ramah lingkungan untuk turut serta dalam pelestarian lingkungan alam.
4. Terlibat dalam langkah pelestarian alam melalui pengurangan penggunaan bahan plastik dalam kemasan.

**1.6 Metode Pengumpulan Data**

Demi tersampainya maksud dan tujuan dari penelitian serta perancangan media informasi ini, maka dibutuhkan data-data yang berhubungan dengan penelitian dan perancangan. Dengan adanya data-data yang telah dikumpulkan ini diharapkan dapat membantu dan mempermudah proses perancangan. Berdasarkan data yang dibutuhkan, maka berikut ini adalah metode-metode yang dilakukan:

**a. Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data berdasarkan hasil dari tanya jawab dari peneliti dan juga beberapa narasumber, yaitu; Kang Rachmat Jabaril sebagai seniman dan juga budayawan Jawa Barat, serta Hj. Detty Haryati sebagai pemilik Jembar Sari Buah.

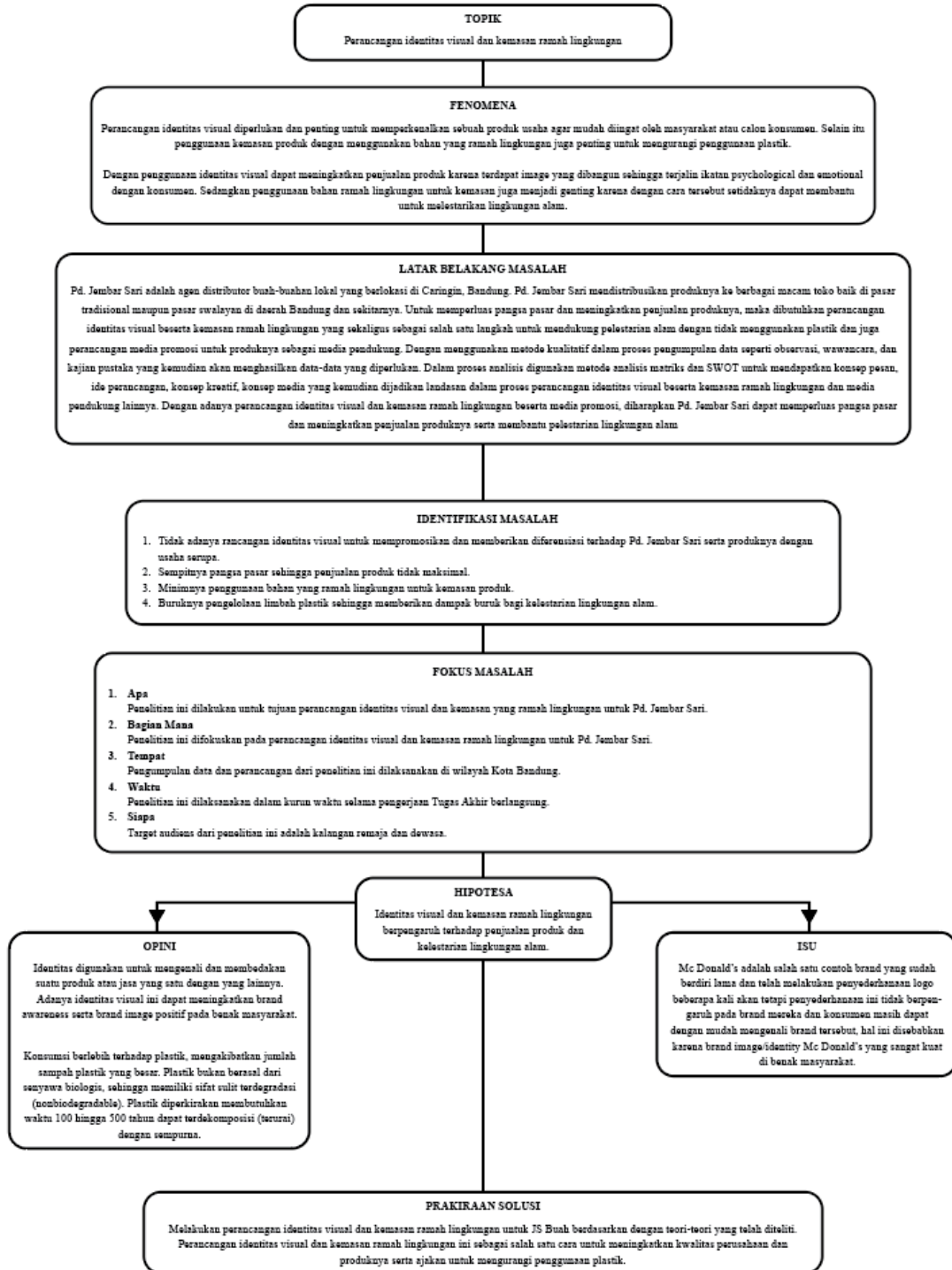
**b. Observasi**

Observasi merupakan sebuah cara untuk mengumpulkan data yang melibatkan beberapa faktor dalam pelaksanaannya, yaitu peneliti mengamati dan mengumpulkan langsung data dari lapangan, dalam kasus ini adalah daerah pasar induk Caringin, Bandung dimana merupakan tempat Jembar Sari Buah, dan pasar swalayan.

**c. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara meneliti berbagai macam buku, jurnal, atau apapun yang bersifat dokumen yang bermanfaat dan dapat digunakan untuk analisis penelitian yang terkait dengan judul dan topik tugas akhir.

## 1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Sumber: Vieri Azzurri Alfaridzy Wenno

## 1.8 Pembabakan

### a. Bab I Pendahuluan

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

### b. Bab II Dasar Pemikiran

Pada bab ini dipaparkan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan dan terkait dengan perancangan media informasi mengenai kemasan ramah lingkungan sebagai landasan untuk melakukan penelitian dan perancangan.

### c. Bab III Data dan Analisis Masalah

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data wawancara bersama narasumber, data hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden serta pemaparan mengenai analisis konten, analisis visual, analisis matriks, serta penarikan kesimpulan.

### d. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini dijelaskan mengenai konsep keseluruhan dari perancangan seperti konsep pesan (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa saja yang digunakan), konsep visual (jenis huruf, bentuk, warna, dan gaya visual). Selain itu juga terdapat konsep bisnis atau konsep *marketing communication* yang digunakan. Kemudian selain konsep perancangan dan konsep bisnis juga terdapat hasil perancangan.

### e. Bab V Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian dan perancangan yang dilakukan.