

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kertas dibuat dengan bahan baku pohon, sehingga semakin banyak kebutuhan akan kertas maka semakin banyak pohon yang harus ditebang, ini memiliki dampak yang sangat besar pada lingkungan. Harga kertas yang relatif terjangkau juga memperkuat trend ini. Menurut data yang didapat oleh situs Money.kompas.com (2022), diakses pada 25 Mar 2023. Meskipun terjadi pandemi Covid-19, permintaan global untuk pulp dan kertas tetap naik sebesar sekitar 2,1 persen. Di dalam negeri, permintaan juga mengalami peningkatan sebesar 63 persen selama lima tahun terakhir. Permasalahan utama yang dihadapi dalam industri kertas yaitu *deforestasi*, *deforestasi* adalah proses penghilangan hutan secara besar – besaran, baik melalui penebangan atau pembakaran hutan untuk membebaskan lahan bagi kegiatan industri. *Deforestasi* telah menjadi masalah besar di berbagai negara, baik di negara berkembang maupun negara maju. Menurut situs World Wild Life (2021), diakses pada 23 Mar. 2023. Lebih dari 40 persen semua kayu yang digunakan di dunia untuk industri kertas, termasuk produksi kertas kantor, katalog, tisu, dan sebagainya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kertas adalah PT Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) yang berlokasi di kabupaten Pelalawan, provinsi Riau. PT Riau Andalan Pulp and Paper merupakan anak perusahaan Raja Garuda Mas Internasional yang merupakan pemegang saham utama pada APRIL Group (Asia Pacific Resource Internasional Holding Ltd.) yang telah dikenal dalam dunia bisnis internasional. Perusahaan swasta ini juga menggunakan bahan baku utamanya yaitu berasal dari pohon akasia dan pohon ecalyptus. Kebutuhan produksi yang tinggi juga akan membutuhkan bahan baku yang tinggi juga, membuat perusahaan ini mempunyai masalah besar terhadap dampak lingkungan. Proses yang dilakukan dalam industri kertas memiliki dampak yang signifikan terhadap pencemaran lingkungan. Proses industri kertas yang menggunakan nitrogen dan sulfur dioksida adalah kontributor utama dalam hujan asam, sementara karbon dioksida menyebabkan gas rumah kaca yang memicu perubahan iklim.

Akibat dari permasalahan tersebut persepsi dan pandangan dari masyarakat terhadap perusahaan kertas ini menjadi memiliki stigma yang buruk. Hal ini dikarenakan masyarakat menganggap bahwa industri kertas menjadi penyebab utama kerusakan lingkungan, apalagi bahan baku utamanya adalah sumber daya alam yang sangat kita jaga. Stigma buruk masyarakat terhadap perusahaan dapat memiliki dampak yang signifikan pada kinerja perusahaan dan citra perusahaan sehingga menurunnya kepercayaan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan stigma dan citra perusahaan.

Upaya dari PT RAPP untuk menjawab permasalahan lingkungan tersebut maka dikeluarkanlah program APRIL2030 pada tahun 2020. Program APRIL2030 adalah komitmen perusahaan dalam memperbaiki praktik bisnis yang berkelanjutan dan untuk mempromosikan pengelolaan hutan yang berkelanjutan di Indonesia. Dalam kerangka program APRIL2030, perusahaan akan memberikan dampak positif pada iklim, alam, dan masyarakat. Tujuan dari program ini yaitu pada tahun 2030 perusahaan akan mewujudkan nol emisi karbon bersih dari pemanfaatan lahan, berbagai capaian hasil yang terukur nyata di bidang lingkungan, dan nol kemiskinan ekstrem pada masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan. Salah satu upaya yang sedang dijalankan perusahaan pada program ini yaitu perusahaan sudah meningkatkan penggunaan energi terbarukan yang ramah lingkungan dengan menggunakan panel surya 20MW untuk memenuhi kebutuhan operasional.

Permasalahan promosi juga dialami oleh PT RAPP karena promosi yang telah dilakukan hanya melalui media sosial instgram, facebook, dan penyuluhan langsung ke masyarakat. Walaupun program APRIL2030 ini sudah berjalan sejak tahun 2020 tetapi masih belum mendapatkan respon yang bagus dari masyarakat. Menurut observasi yang dilakukan secara langsung juga dapat dikatakan bahwa masyarakat di daerah riau dan diluar daerah riau masih banyak yang belum tau dan mengerti tentang program yang dijalankan oleh perusahaan. Sehingga dibutuhkan promosi yang tepat dengan menggunakan strategi *brand communication* agar dapat meningkatkan stigma dan citra yang baik dari masyarakat.

Brand communication merupakan proses komunikasi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen dan membangun citra perusahaan yang diinginkan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran brand, menciptakan ikatan emosional antara perusahaan dan konsumen, dan menghasilkan pembelian atau aksi lain dari konsumen. Hasil akhir dari *brand communication* adalah sebuah konsep media komunikasi yang akan diimplementasikan ke dalam media visual yang sesuai. Dengan begitu penelitian ini adalah sebagai upaya untuk menyampaikan pesan dan informasi sebagai upaya untuk mendukung program APRIL2030 yang terdapat pada perusahaan PT RAPP.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Pencemaran lingkungan dan *deforestasi* yang disebabkan oleh industri kertas sehingga menjadikan stigma buruk masyarakat terhadap perusahaan kertas yang dianggap sebagai penyebab utama kerusakan lingkungan.
2. Program APRIL2030 belum mendapatkan respon yang baik dari masyarakat karena kurang efektifnya media promosi perusahaan pada program tersebut.
3. Konten promosi yang sudah dilakukan masih kurang menarik sehingga informasi yang ingin disampaikan masih belum tersampaikan dengan baik ke target *audience*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalahnya adalah “bagaimana merancang konten media program APRIL2030 pada PT Riau Andalan Pulp and Paper?”

1.4 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi *Designpreneur*, maka ruang lingkup pembahasan mengenai perancangan media *brand communication* program APRIL2030 pada PT RAPP adalah sebagai berikut :

A. Apa (*what*)

Perancangan konten media program APRIL2030 pada PT RAPP mencakup analisis manajemen yang akan diimplementasikan kepada solusi desain yang efektif.

B. Siapa (*who*)

Target dari perusahaan terbagi menjadi dua yaitu target primer yang meliputi masyarakat Pekanbaru dan area operasional perusahaan, target sekunder yang meliputi masyarakat diluar daerah Pekanbaru.

C. Kapan (*when*)

Observasi serta perancangan dilaksanakan pada bulan Maret 2023 hingga Juni 2023.

D. Dimana (*where*)

Penelitian perusahaan berada di kota Pekanbaru

E. Kenapa (*why*)

Perancangan ini dibuat untuk menyelesaikan permasalahan pada PT RAPP yaitu menyampaikan pesan dan informasi program APRIL2030 terhadap *target audience* yang dituju.

F. Bagaimana (*how*)

Perancangan akan diimplementasikan pada konten media untuk menyelesaikan permasalahan PT RAPP dalam menyampaikan pesan dan informasi program APRIL2030.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang konten media program APRIL2030 pada perusahaan PT RAPP yang sesuai dengan target audience dan menyampaikan pesan informasi program APRIL2030 agar merubah stigma masyarakat terhadap perusahaan kertas dan meningkatkan respon masyarakat terhadap program APRIL2030.

1.6 Cara Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam perancangan tugas akhir ini untuk memperoleh data yang diperlukan, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1) Sumber Data Primer

a. Observasi

Menurut Soewardikoen (2019:49), observasi merujuk pada kegiatan melihat secara langsung dan mencatat informasi mengenai objek visual, yang pada akhirnya akan memberikan respons dari pengamat. Dalam hal ini, observasi akan dilakukan secara langsung pada kasus di lapangan dan juga pada media serupa sebagai referensi.

Observasi dilakukan pada berbagai visualisasi media promosi yang telah ada dan tersebar di internet, terutama data yang ada di dalam situs dan media sosial perusahaan serta dokumentasi – dokumentasi dari perusahaan.

b. Wawancara

Menurut Soewardikoen (2019:53) menjelaskan bahwa salah satu metode untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian adalah melalui wawancara, yaitu dengan berbicara atau berdiskusi dengan orang diwawancarai tentang pengalaman mereka untuk mendapatkan sudut pandang mereka. Dalam hal ini, wawancara akan dilakukan dengan narasumber yang terkait dengan topik yang dibahas.

Dalam metode ini, dilakukan pencarian data dengan berbagai narasumber baik di internal lingkungan karyawan PT RAPP dan masyarakat sekitar PT RAPP. Wawancara dilakukan secara mendalam sehingga data yang diperoleh dapat lebih terstruktur dan mendalam.

c. Kuisioner

Kuisioner adalah pertanyaan tertulis mengenai suatu hal yang harus diisi secara tertulis oleh responden. Pertanyaan pada kuisioner bersifat umum, tidak mendalam dan diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi. Pada prinsipnya tujuan kuisioner adalah cara untuk mendapatkan data dalam waktu singkat dengan banyaknya responden yang dapat sekaligus dihubungi Soewardikoen (2021:60).

Kuisioner untuk mengukur seberapa jauh masyarakat mengetahui

visi misi April2030 dan pandangan mereka mengenai PT Riau Andalan Pulp and Paper.

2) Sumber Data Sekunder

Untuk mendapatkan panduan dan teori yang relevan, informasi yang mendukung penelitian juga diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber seperti buku teks, internet, dan jurnal. Dalam hal ini, studi pustaka akan dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang Desain Komunikasi Visual, media, promosi, dan branding melalui buku referensi dan hasil penelitian sebelumnya.

1.6.2 Metode Analisis Data

a) Analisis Data Wawancara

Soewardikoen (2021:114) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal seperti kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), serta faktor eksternal seperti peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Metode ini berguna dalam memberikan penilaian dengan menambahkan skor pada setiap faktor untuk menghasilkan konsep desain.

Pada analisis SWOT peneliti dapat mengembangkan ide – ide besar untuk perancangan dengan cara memilih sebuah kotak hasil penggabungan dari matriks SWOT. Dengan memilih kotak tersebut, peneliti dapat menentukan konsep yang lebih tepat, sehingga strategi yang digunakan lebih efektif.

b) Analisis Data Kuisioner

Menurut Soewardikoen (2021:106), analisis data kuisioner merupakan metode pengumpulan data kuantitatif yang didasarkan pada hasil perhitungan dengan penyesuaian variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil analisis data kuisioner dapat digunakan untuk membandingkan dan membuktikan asumsi yang telah dibuat sebelumnya.

Pada langkah ini, peneliti akan melakukan analisis yang lebih rinci

terhadap hasil survei yang telah disebar untuk mendapatkan strategi yang efektif dalam merancang promosi.

c) Analisis Swot

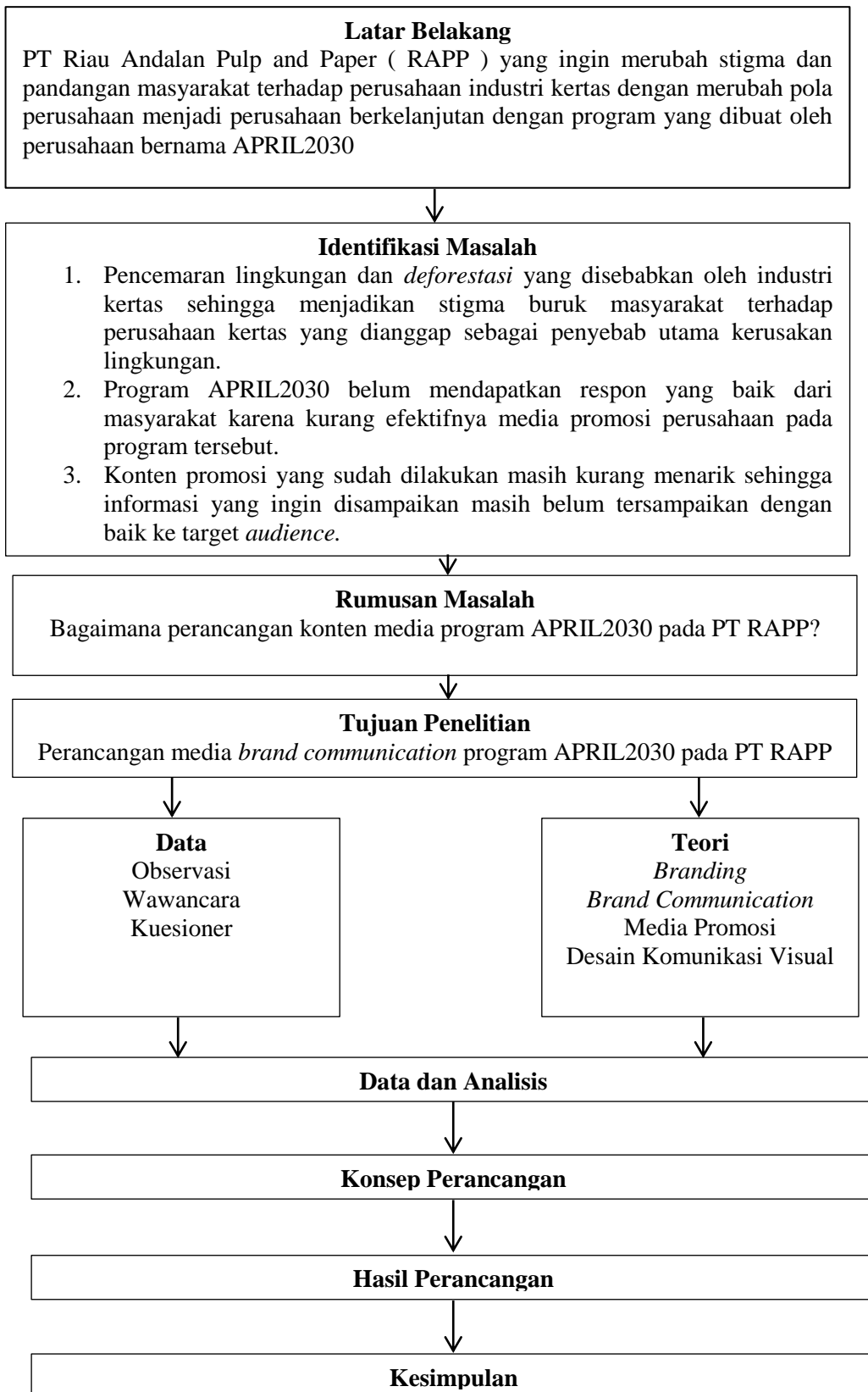
Data kuantitatif hasil perhitungan menurut derajat variabel objek penelitian yang diminta oleh responden. Interpretasi hasil perhitungan signifikan menurut variabel, bila dikaitkan dengan gejala yang muncul, dapat dibandingkan sebagai sebab – akibat (Soewardikoen, 2019:99).

d) Analisis Matriks Perbandingan

Soewardikoen (2021:111) menjelaskan bahwa analisis matriks adalah sebuah metode analisis yang berguna untuk menyajikan data secara seimbang dengan menggunakan teks dan gambar. Tujuannya adalah untuk membuat perbandingan dalam mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam penelitian.

Pada langkah ini, peneliti menganalisis matriks yang berkaitan dengan data pesaing dalam bisnis sejenis untuk menganalisis pasar dan mengembangkan ide desain yang menarik.

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Data Pribadi

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, serta pembabakan dalam menyusun laporan ini.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Membahas teori – teori yang relevan dengan topik untuk dijadikan landasan perancangan konten media pada program APRIL2030 di PT RAPP.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisikan hasil data yang diperoleh dari narasumber, hasil analisis data, dan kesimpulan untuk perancangan konten media pada program APRIL2030 di PT RAPP.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memuat konsep hingga hasil perancangan karya penulis sendiri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Tertulis kesimpulan akhir dan saran mengenai penulisan dan perancangan.