

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Enam dari tujuh jenis lebah madu yang ada di dunia dapat ditemukan di Indonesia, yang memiliki luas total daratan sebesar 193 juta hektar dan luas hutan mencapai 143 juta hektar. Selain itu, Indonesia juga memiliki banyak sumber daya alam yang luas untuk mendukung usaha budidaya lebah madu berkat iklim tropis dan 115 jenis tanaman yang menghasilkan nektar sebagai makanan bagi lebah [1]. Berdasarkan informasi dari Dinas Lingkungan Hidup Yogyakarta produk madu yang sering dijumpai di Indonesia terdiri dari empat tipe lebah madu yaitu Lebah lokal (*Apis cerana*), Lebah unggul (*Apis Mellifera*), Lebah liar (*Apis dorsata*), dan Lebah lanceng (*Trigona sp*) [2]. Peluang untuk beternak lebah madu di Indonesia masih sangat luas. Ini didasarkan pada fakta bahwa Indonesia memiliki hutan alami yang sangat luas sekitar 200 juta hektar dengan berbagai jenis tanaman berbunga yang mekar bergantian sepanjang tahun. Tanaman ini adalah sumber makanan yang sempurna untuk usaha peternakan lebah madu. Saat ini budidaya *Apis cerana* adalah jenis aktivitas peternakan lebah yang paling banyak dilakukan di Indonesia. Produksi madu di Indonesia saat ini mencapai sekitar 2.000 ton per tahun, sedangkan konsumsi madu per kapita masih tergolong rendah yaitu sekitar 10 hingga 15 gram per orang per tahun, yang setara dengan satu sendok makan per individu per tahun. Sebagai perbandingan di negara maju seperti Jepang dan Australia konsumsi madu telah mencapai antara 1.200 hingga 1.500 gram per orang per tahun. Untuk memenuhi permintaan madu, Indonesia masih harus melakukan impor dari negara lain, yang menyebabkan neraca perdagangan madu Indonesia mengalami defisit. Total ekspor madu di tingkat global mencapai 206.990,00 kg, sedangkan total impor madu dunia mencapai 2.117.424,00 kg per tahun. Besar perbedaan antara nilai ekspor dan impor menunjukkan bahwa kebutuhan madu untuk konsumsi di dalam negeri semakin naik, dan pertumbuhan ini masih belum bisa diikuti oleh kapasitas industri perlebahan untuk meningkatkan produksi madu

di dalam negeri [3]. Salah satu upaya untuk memaksimalkan potensi lebah dengan melakukan pengembangbiakan seperti yang dilakukan Prawita Garden.

Prawita Garden adalah kebun buah dan peternakan lebah madu murni yang berlokasi di Desa Darmakradenan, Ajibarang, Banyumas, Jawa Tengah. Teguh Waluyo adalah pendiri Prawita yang pada awal mulanya bergerak di buah-buahan lokal dan impor. Seiring dengan waktu usaha tersebut berkembang hingga mencakup budidaya lebah. Berkat keberhasilannya yang diakui oleh masyarakat akhirnya dibentuk Kelompok Tani Hutan Petani Muda Prawita. Tidak berhenti di situ Prawita terus berinovasi dengan memperluas kegiatan usahanya menyediakan wisata edukasi kemudian terus berlanjut hingga saat ini. Prawita fokus utamanya terletak pada budidaya lebah. Selain itu, terdapat seperti kebun buah, wisata edukasi pertanian, studi banding, pelatihan, penelitian, pemagangan, PKL (Praktik Kerja Lapangan), KKN (Kuliah Kerja Nyata), homestay, kedai kopi, konservasi, museum mini cagar budaya, polinasi.

Untuk lebah madu di Prawita menyediakan berbagai jenis madu, seperti Madu Apis Mellifera, Madu Sarang Apis Cerana, Madu Klanceng, dan Madu Hutan. Tujuan dari Prawita ini memiliki pesan yang bermakna, Teguh Waluyo mengatakan “Tujuan dibuatkan Prawita sesuai nama Prawita artinya hidup memiliki makna menghidupi bukan hanya untuk saya pribadi tetapi juga untuk menghidupi yang lain yaitu anggota, mitra, dan binaan. Harapannya seperti itu”.

Persaingan dalam penjualan madu murni dan madu campuran karena madu campuran ditawarkan dengan harga yang lebih murah. Hal ini berbeda dengan madu murni yang sulit dijual dengan harga serendah itu karena biaya akomodasi tidak mencukupi. Sebelum pandemi Covid-19 penjualan madu cenderung stabil. Namun, saat pandemi Covid-19 melanda penjualan melonjak hingga 200 kali lipat yang menjadikan angka tertingginya. Setelah pandemi Covid-19 berakhir penjualan mengalami penurunan yang stagnan tetapi tetap berada pada tingkat yang rendah. Prawita mempunyai pemasukan bersih sebesar 10 juta dan pengeluarannya sebesar 7 juta sehingga mendapatkan pendapatan sebesar 3 juta dalam periode 2,5 bulan. Prawita memiliki akun media sosial seperti TikTok, Facebook, Instagram, dan

YouTube. Selama ini seluruh platform media sosialnya telah digunakan untuk promosi tetapi pendapatan yang dihasilkan cenderung berada pada tingkatan yang sama. Video profil Prawita Garden sudah tersedia di channel YouTube Prawita Garden Official dengan judul “Video Profil Prawita 2023” video ini dibuat oleh Teguh Waluyo, sehingga hasilnya apa adanya.

Video profil merupakan salah satu alat yang efisien dalam menyampaikan informasi yang bertujuan untuk meyakinkan publik, termasuk perusahaan, produk, hingga promosi potensi suatu wilayah. Definisi video profil yang telah disebutkan sebelumnya berkaitan dengan produk, oleh karena itu video profil menjadi sarana informasi yang ideal untuk memperkenalkan produk karena mampu menyajikan informasi dengan lebih rinci [4]. Video profil merupakan cara yang efektif untuk memberikan informasi tentang Prawita ini. Media berdasarkan pengertian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah alat atau penghubung yang menghubungkan dua pihak. Dalam konteks promosi artinya adalah komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk memberi informasi, meyakinkan, dan mendorong calon pembeli agar tertarik dengan produk tertentu, sehingga dapat mengubah pandangan mereka atau mendapatkan reaksi. Melalui promosi orang yang awalnya tidak berminat terhadap suatu produk dapat tergerak untuk mencoba dan akhirnya melakukan pembelian. Media promosi berfungsi sebagai alat atau sarana untuk kegiatan promosi. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa media promosi merupakan penghubung antara produsen dan konsumen guna mempengaruhi konsumen sehingga mereka mau membeli produk atau layanan yang tersedia. Terdapat beberapa jenis media promosi, mencakup media cetak tradisional, iklan di media cetak, media luar ruang, media elektronik, dan media daring [5]. Adanya media promosi berperan sebagai jembatan antara pembuat dan pembeli dengan tujuan mempengaruhi keputusan pembeli, diharapkan pembeli tertarik untuk membeli produk dari Prawita.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merancang ulang video profil sebagai media informasi karena penjualan madu yang sempat melonjak saat pandemi kini menurun dan stagnan meski promosi di media sosial sudah dilakukan. Video profil Prawita Garden yang ada di YouTube berjudul "Video Profil Prawita

2023" dibuat oleh Teguh Waluyo dengan hasil apa adanya. Video profil terbaru yang akan dirancang ulang nantinya akan diberi sentuhan *shot* yang nyaman untuk dilihat. Isinya mencakup penjelasan tentang Prawita yang dilengkapi dengan narasi. Selain itu, akan ditambahkan motion graphic untuk menampilkan berbagai informasi dari Prawita. Video Profil terbaru nantinya akan diunggah di Channel Youtube Prawita Garden Official diharapkan dengan video profile terbaru menarik dan mudah dimengerti untuk informasi yang disampaikan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu :

- 1.2.1 Bagaimana merancang ulang video profil Prawita Garden yang menarik dan mudah dipahami sebagai media informasi?
- 1.2.2 Bagaimana merancang media pendukung untuk perancangan ulang video profil Prawita garden sebagai media informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- 1.3.1 Merancang ulang video profil Prawita Garden yang menarik dan mudah dipahami sebagai media informasi
- 1.3.2 Merancang media pendukung untuk perancangan ulang video profil Prawita garden sebagai media informasi

1.4 Batasan Penelitian

Batasan untuk penelitian ini mencakup :

- 1.4.1 Perancangan video profil dengan durasi sekitar 2-4 menit
- 1.4.2 Perancangan video profil sebagai media utama yang akan di unggah di Youtube Prawita Garden Official
- 1.4.3 Perancangan video profil ini mempunyai media pendukung yaitu Thumbnail, Feed Instagram, Gantungan Kunci, Tumbler, Stiker.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.5.1 Manfaat untuk keilmuan Desain Komunikasi Visual

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi di bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual terkhususnya untuk mahasiswa semester akhir

1.5.2 Manfaat untuk Institusi

Kampus Telkom University mempunyai misi yang salah satunya mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan baru dan produk intelektual di bidang teknologi, sains, dan seni yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini searah dengan misi tersebut.

1.5.3 Manfaat untuk Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan mengenalkan tentang Prawita Garden untuk masyarakat bahwa ada kebun buah dan peternakan lebah madu murni di Banyumas