

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada awal tahun 2020, dunia mengalami krisis global yang merupakan merebaknya pandemi wabah *Coronavirus* (COVID – 19), Karena adanya wabah ini, para pelaku ekonomi di tuntut untuk kreatif dalam menjalankan bisnis, supaya dapat terus menghasilkan walaupun sedang dalam masa masa sulit. Di Indonesia, beragam industri mulai merancang beragam cara kreatif supaya produk yang di hasilkan dapat tersampaikan sepenuhnya kepada para calon pembeli yang sedang menjalankan protokol untuk tetap berada di rumah, salah satunya adalah dengan memberi produk material promosi kepada calon konsumen atau pelanggan aktif, karena saat pandemi ini adalah salah satu kesempatan emas untuk melakukan promosi kreatif supaya tetap menghasilkan penjualan yang stabil serta efektif dalam masa sulit.

Salah satu produk yang dapat di jadikan sebagai bahan material promosi kreatif adalah produk berupa cangkir, produk cangkir umum di gunakan oleh perusahaan atau industri besar di Indonesia sebagai bagian produk material promosi, produk cangkir sering di pilih karena biaya untuk produksinya yang murah serta sering di gunakan oleh masyarakat sebagai produk penunjang kegiatan sehari hari. Namun karena produk cangkir umum di gunakan sebagai bahan material promosi, terkadang rancangan atau desain dari cangkir yang di jadikan sebagai material promosi sering terlihat sangat biasa dan kurang kreatifitas.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah ini merujuk berdasarkan penjelasan latar belakang topik diatas:

1. Menurunnya jumlah calon konsumen pada masa pandemi dapat di sebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah menurunnya aktivitas jual beli masyarakat terutama di Indonesia yang di sebabkan pandemi sehingga tidak memungkinkannya untuk melakukan kegiatan promosi tatap muka secara

langsung dan banyak perusahaan perusahaan besar lain yang berlomba untuk memberikan produk material promosi yang unik dan kreatif kepada calon pelanggan.

2. Pandemi Coronavirus berdampak besar pada seluruh sektor perekonomian dunia, termasuk pada industri telekomunikasi di Indonesia, salah satunya adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom). Karena adanya pandemi ini mengakibatkan menurunnya penjualan pada beberapa produk digital yang di sediakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Regional III Jawa Barat.
3. Kreatifitas dalam merancang sebuah produk yang akan di jadikan sebagai material promosi pada masa pandemi dapat berdampak besar pada penjualan produk, terutama karena semakin ketatnya persaingan dari industri besar yang terus berusaha untuk melakukan promosi yang lebih menarik dengan memberikan kesan kreatif dan unik di setiap produk material promosi yang di rancang.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses perancangan cangkir yang akan di jadikan sebagai material promosi dari produk PT.Telekomunikasi Indonesia?

1.4. Batasan Masalah

1. Perancangan prdouk cangkir untuk material promosi PT.Telekomunikasi Indonesia.
2. Perancangan cangkir *double wall* menggunakan gaya perancangan material dua lapis.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang proses perancangan produk cangkir *double wall* sebagai material promosi PT. Telekomunikasi Indonesia regional III Jawa Barat dengan menyertakan gambaran rancangan produk serta penjelasan permasalahan yang singkat, padat dan jelas agar mudah di pahami. Berikut adalah susunan sistematika penulisan yang di terapkan oleh penulis:

a) BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah serta sistematika penulisan yang bertujuan untuk memberikan gambaran permasalahan yang penulis angkat sebagai dasar perancangan produk cangkir *double wall*.

b) BAB II KAJIAN UMUM

Bab ini berisikan landasan teori, landasan empirik, serta gagasan awal perancangan. Bertujuan untuk memberikan data ilmiah serta teori dari para ahli, jurnal terdahulu dan buku terkait yang akan di jadikan sebagai landasan dalam perancangan produk cangkir *double wall*.

c) BAB III TUJUAN DAN MANFAAT

Bab ini menjelaskan tujuan dari perancangan dan manfaat perancangan bagi penulis dan juga masyarakat umum.

d) BAB IV METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan metode penelitian dan metode perancangan, bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana penulis mengumpulkan data penelitian yang di perlukan untuk perancangan serta menjelaskan tentang proses dari perancangan yang di lakukan oleh penulis dalam melakukan perancangan produk cangkir *double wall*.

e) BAB V PEMABAHASAN ANALISIS ASPEK DESAIN

Bab ini berisikan tabel parameter aspek desain, tabel analisa aspek desain, hipotesa desain, serta *SWOT*, *5WIH*, serta *TOR*. Bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai beberapa aspek desain yang menjadi perhatian utama penulis dalam proses perancangan cangkir *double wall*.

f) BAB VI KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA

Bab ini berisikan konsep perancangan, proses perancangan, dan visualisasi karya. Bertujuan untuk memberikan gambaran visual dari konsep produk serta memberikan gambar hasil akhir dari perancangan produk cangkir *double wall*.

g) BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari sudut pandang penulis selama melakukan proses perancangan dari produk cangkir *double wall*.

h) BAB VIII RANCANGAN ANGGARAN BIAYA

Bab ini berisikan data berupa nominal biaya yang di perlukan penulis untuk merancang produk cangkir *double wall*.