

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Frozen food saat ini sedang ramai di kalangan masyarakat Indonesia, dikarenakan kemudahan dalam mengolah dan termasuk produk yang tahan lama untuk disimpan. *Frozen food* juga saat ini menjadi peluang bisnis yang digemari baik oleh *startup*, perusahaan besar, hingga bisnis perseorangan. Namun masih banyak orang menganggap bahwa *frozen food* ini termasuk kedalam bentuk makanan *junkfood* yang nyatanya saat ini *frozen food* sudah banyak mengalami perkembangan dari mulai bahan baku hingga proses pembuatannya, dimana pada produk yang ditawarkannya sudah banyak mengandung protein yang siap membantu menstabilkan kebutuhan tubuh manusia. Tubuh manusia membutuhkan protein untuk menjaga keseimbangannya, protein sendiri adalah sebuah zat yang paling penting dalam setiap organisme dan merupakan bagian terbesar tubuh setelah air (Diana, 2010).

Frozen food menjadi salah satu alternatif pangan untuk memenuhi kebutuhan protein yang ada ditubuh kita. Dizaman modern ini masyarakat hampir lebih menyukai segala hal yang instan mulai dari kebutuhan rumah tangga, kebutuhan pribadi, hingga pangan pun hal instan lebih banyak digemari oleh masyarakat. Hal ini pun dilihat oleh para pembisnis baik itu pengusaha besar hingga pengusaha rumahan untuk dijadikan sebagai lahan industri yang baru. Dengan adanya *frozen food* masyarakat pun merasa dimudahkan. Selain instan *frozen food* juga memiliki beberapa keunggulan yaitu tidak mudah basi, gampang diolah, dengan harga terjangkau.

Frozen food sudah memiliki banyak varian salah satunya produk *nugget* sayur serta *nugget* buah. Mungkin seperti aneh kedengarannya, tetapi karena adanya permintaan pasar yang cukup tinggi, maka produsen *nugget* daging (sapi atau ayam) mulai bisa melirik *nugget* sayur.

Pawon Biru Food & Beverage merupakan salah satu dari UMKM yang bergerak di bidang makanan yang menyediakan berbagai varian *Frozen Food*, terletak di Desa Cibiru Hilir, Kecamatan Cileunyi, Kab. Bandung, Jawa Barat.

Pawon biru food and Beverage juga mengambil beberapa produknya dari UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) rumahan sehingga secara tidak langsung adanya *Pawon Biru Food & Beverage* dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Namun saat ini *Pawon Biru Food & Beverage* masih belum memiliki identitas visual yang cukup baik dan media promosi yang kurang maksimal, karena masyarakat belum mengetahui adanya UMKM ini. Oleh karena itu *Pawon Biru Food & Beverage* membutuhkan perancangan identitas visual dan media promosi yang tepat sesuai target penjualannya agar dapat meningkatkan penjualan serta dapat mencakup pasar yang lebih luas.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

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

1. *Pawon biru food & beverage* masih belum memiliki identitas visua yang cukup baik.
2. *Pawon biru food & beverage* masih kurang maksimal dalam media promosi.
3. Penjualan yang kurang maksimal.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana rancangan identitas visual bagi *Pawon Biru Food & Beverage*?
2. Bagaimana rancangan media promosi bagi *Pawon Biru Food & Beverage*?
3. Bagaimana memaksimalkan penjualan yang kurang maksimal dari *Pawon Biru Food & Beverage*?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian tugas akhir ini adalah:

a. Apa

Perancangan identitas visual dan media promosi *Pawon biru food & beverage*

b. Siapa

Pawon biru food & beverage mempunyai target utama para ibu rumah tangga, atau mahasiswa. pria dan wanita dengan rentang umur 25-30 tahun yang ingin memasak tanpa harus membeli bahan bahan.

c. Dimana

Desa Cibiru Hilir, Kecamatan Cileunyi, Kab. Bandung, Jawa Barat.

d. Kapan

Penelitian dan perancangan ini mulai dilakukan sejak Maret sampai dengan Agustus 2021.

e. Mengapa

Perancangan ini dibuat untuk merancang identitas visual dan mempromosikan *Pawon biru food & beverage* agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat dan bisa menarik konsumen sehingga membeli produk *Pawon biru food & beverage*.

f. Bagaimana

Merancang identitas visual *Pawon biru food & beverage* dan media promosi untuk memaksimalkan penjualan produk *Pawon biru food & beverage* sehingga lebih dikenal dan menarik konsumen untuk membeli.

1.4. Tujuan Perancangan

- a. Memperkenalkan *Pawon biru food & beverage* kepada khalayak luas.
- b. Meningkatkan penjualan dari *Pawon biru food & beverage*.

1.5. Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data pendukung untuk perancangan ini, penulis akan beberapa cara diantaranya:

1. Studi pustaka

Studi pustaka adalah cara pengumpulan data dengan cara membaca sehingga dapat melahirkan ide dan gagasan. Buku merupakan suatu alat penuangan hasil pemikiran dari penulisnya, dari impian dan khayalan, pemikiran, hasil pengamatan dan penelitian yang dilampirkan dalam bentuk tulisan. Semakin banyak membaca dan mendapatkan referensi maka akan semakin luas wawasan yang dimiliki oleh peneliti.

(Soewardikoen, 2013:16)

2. Wawancara

Menurut (Soewardikoen, 2013:32) wawancara adalah proses pengumpulan data menggunakan pertanyaan dengan ruang kosong dibawah tiap pertanyaan, hasil wawancara ditulis pada ruang kosong tersebut, disini penulis akan mencoba melakukan wawancara dengan narasumber, agar mendapatkan informasi mengenai *pawon biru food & beverage*.

A. Wawancara terstruktur

Wawancara yang telah dipersiapkan serta direncanakan mulai dari daftar pertanyaan, alur serta apa-apa yang mesti disampaikan oleh narasumber ketika ditanya oleh pewawancara

B. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara yang dilakukan begitu saja tanpa adanya daftar pertanyaan yang disiapkan. Namun, pewawancara sudah tahu apa saja yang perlu didapat dalam sesi wawancara tersebut ketika berbicara dengan narasumber.

3. Kuisoner

Menurut (Soewardikoen, 2013:35) Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyaknya orang

yang terlibat. Pertanyaan disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban lalu jawaban akan dihitung.

4. Observasi

Observasi adalah sebuah penelitian dengan cara mengamati secara menyeluruh di suatu kondisi tertentu yang bertujuan untuk mengamati dan memahami perilaku kelompok orang maupun individu pada keadaan tertentu (Wiratna, 2014:23).

1.5.2. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang akan digunakan seperti :

1. Analisis Konten

Analisis konten merupakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui gejala atau signifikasi dari suatu rangkaian tayangan visual. (Soewardikoen, 2013:46)

2. Analisis Visual

Penilaian, pendapat atau penetapan nilai-nilai tentang apa yang telah terlihat dan apa yang telah dideskripsikan, dianalisis serta diinterpretasikan, penilaian merupakan sintesa dari analisis antar kasus yang terjadi dalam karya seni yang di analisis (Soewardikoen, 2013: 49)

3. Analisis Data Kuesioner

Dari hasil perhitungan tiap unsur yang ditanyakan kepada responden dapat diketahui mana unsur yang signifikan tinggi dan unsur yang lemah. (Soewardikoen, 2019)

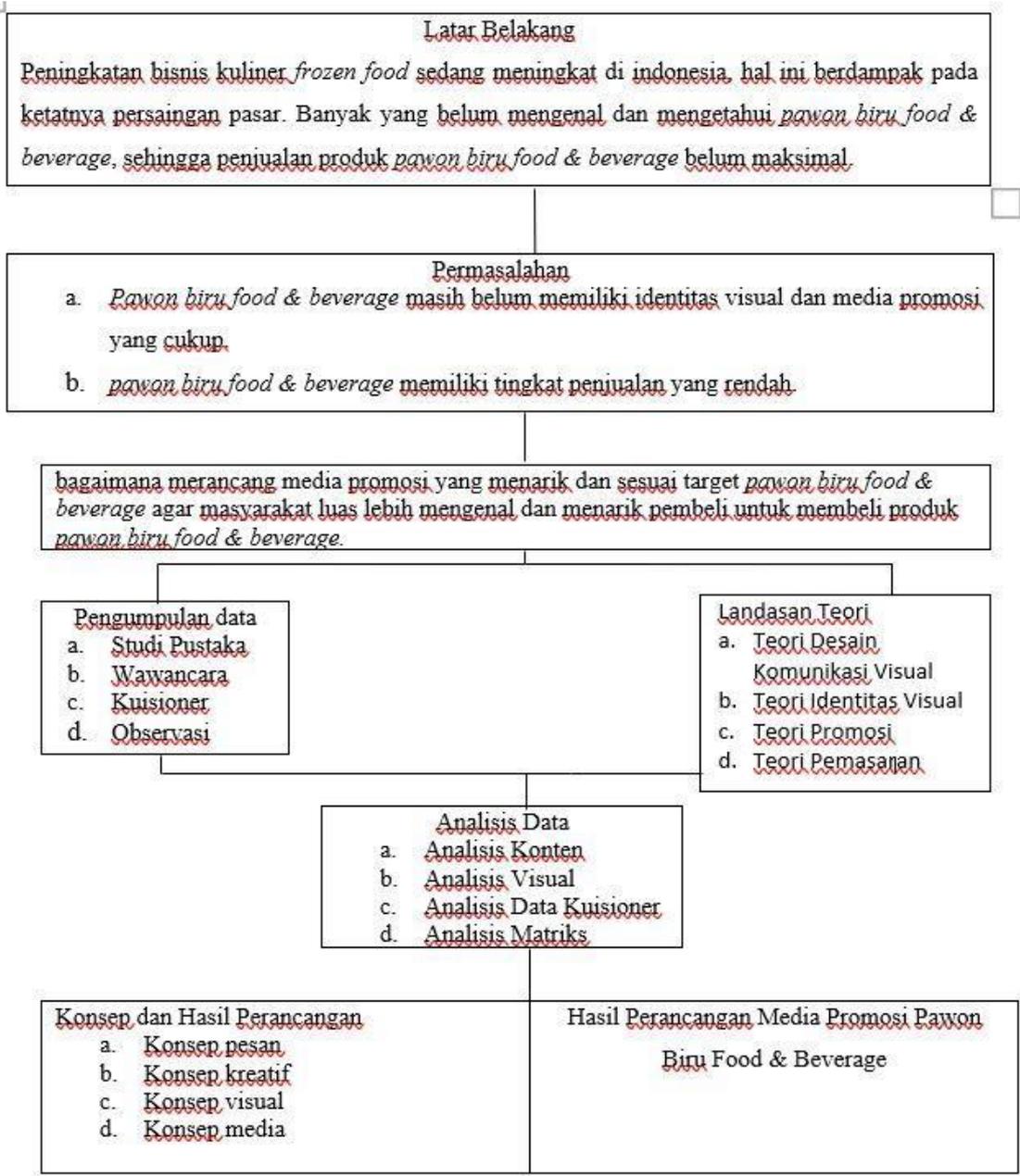
4. Analisis Matriks

Analisis matriks prinsipnya adalah membandingkan objek visual dengan cara menjajarkan. Objek visual. Objek visual yang

dijajarkan dan dinilai dengan suatu tolak ukur yang sama maka perbedaannya akan terlihat (Soewardikoen, 2013: 60).

Penulis akan membandingkan karya visual satu sama lain dengan cara mensejajarkannya lalu dianalisis melalui teori yang digunakan.

1.6. Kerangka Penelitian



1.7. Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, serta kerangka pemikiran laporan penelitian dalam perancangan identitas visual dan media promosi *pawon biru food & beverage*.

BAB II Dasar Pemikiran

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi perancangan media promosi *pawon biru food & beverage*.

BAB III Data dan Analisis Data

Pada bab ini berisi tentang uraian hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, data pemberi proyek, obyek penelitian, khalayak sasaran, wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi dalam perancangan identitas visual dan media promosi *pawon biru food & beverage*. Selain itu, pada bab ini juga berisi tentang analisis data menggunakan metode analisis data yang sesuai.

BAB IV Konsep Perancangan dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisi tentang uraian konsep yang telah dirancang, sehingga menghasilkan sebuah rancangan yang sesuai dengan topik perancangan media promosi *pawon biru food & beverage*.

BAB V Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan perancangan media promosi *pawon biru food & beverage*.