

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal dengan banyak adat dan budayanya, serta banyak floranya. Tumbuhan bermanfaat bagi manusia dalam berbagai cara, seperti sebagai sumber bahan pangan, pakaian, bangunan, kerajinan, dan obat. Karena rempah-rempah dianggap memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh, orang Indonesia biasanya mengolah tanaman ini untuk dibuat makanan, minuman, hingga obat tradisional atau herbal (Pradani, dkk 2020). Menurut Hidayat (dalam Husnudin dan Elhany 2022), sebagai obat tradisional sehari-hari, masyarakat telah menggunakan tumbuhan sejak ribuan tahun yang lalu. Menurut Kusumo et al (dalam Husnudin dan Elhany 2022), mengonsumsi jamu yang terbuat dari bahan-bahan alami masih digunakan oleh masyarakat hingga saat ini.

Sumadira Marantie merupakan UMKM yang memproduksi minuman herbal yaitu jamu dan memiliki beberapa varian rasa, yaitu jahe merah, jahe merah murni, temulawak, temulawak murni, beras kencur, dan dalgona. Di tahun 2016 Sumadira Marantie mulai memproduksi. Nama Sumadira Marantie diambil dari nama keluarga dari pelaku usaha. Produk Sumadira Marantie dapat ditemukan di toko oleh-oleh hingga kini terus berkembang, menyebar ke luar negeri dan menjadikan minuman ini khas oleh-oleh dari Indonesia.

Sumadira marantie bahwasannya sudah lolos nutrisi dan keamanan hasil produksi, tentunya bisa untuk semua kalangan dengan menggunakan bahan-bahan alami yang membuat konsumen merasakan kehangatan yang alami tanpa bahan pengawet. Namun terhadap Sumadira Marantie bahwa orangtua masih mendominasi dalam pembelian produk dibandingkan dewasa muda. Hal ini beberapa dari dewasa muda menganggap jamu sebagai produk yang kuno atau ketinggalan zaman menjadi permasalahan utama yang dialami dewasa muda. Sebagian besar di sekolah, terutama remaja menengah ke atas SMA, memilih untuk menghindari jamu tradisional karena gengsi karena tampak kuno sehingga lebih banyak dikonsumsi oleh orang tua (Hartono & Aditya, 2018).

Kurangnya media visual untuk mempromosikan produk yang terbatas. Tidak hanya itu, ketertarikan dari rasa dan pengetahuan tentang persepsi jamu masih minim.

Saat ini dewasa muda semakin peduli akan kesehatan dan keberlanjutan serta cenderung menerapkan gaya hidup *back to nature*. Secara keseluruhan, dewasa muda dapat memiliki dampak positif dalam hal pasar potensial yang penting dengan terpengaruh oleh media sosial, memiliki kesadaran kesehatan yang meningkat, pelestarian budaya di masa depan. Sumadira Marantie juga sudah menciptakan varian dalgona, bentuk dari inovasi baru yang menciptakan rasa bentuk minuman yang di proses dari serbuk jahe merah sehingga bisa di terima oleh dewasa muda. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat dewasa muda dalam menyempurnakan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi produk herbal Sumadira Marantie, perlu dilakukan pembaharuan dari produk tersebut agar menarik perhatian dewasa muda. Sebagai salah satu solusinya, merancang kemasan yang memiliki daya tarik dewasa muda. Sultan menyatakan (dalam Laynardo 2019), elemen verbal dan visual memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan paparan diatas, penulis akan merancang desain kemasan untuk produk Sumadira Marantie. Dengan adanya kemasan untuk produk ini, diharapkan semakin banyak dewasa muda yang mengetahui, menciptakan desain kemasan dengan visual yang memadai, loyalitas konsumen dan membuat sebuah produk menjadi berbeda di tengah persaingan merek yang semakin ketat.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Kurangnya minat dewasa muda terhadap jamu karena menganggap produk yang kuno atau ketinggalan zaman
2. Kurang relevannya desain kemasan Sumadira Marantie dengan preferensi terhadap dewasa muda

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi di atas, dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah *bagaimana merancang kemasan Sumadira Marantie yang sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual?*

1.3 Ruang Lingkup

Keterbatasan masalah dibuat agar penelitian dapat difokuskan dengan baik. Maka ruang lingkup dibatasi pada aspek berikut:

1. Apa
Sumadira Marantie merupakan produk herbal yaitu jamu. Perancangan kemasan minuman Sumadira Marantie sesuai dengan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual.
2. Siapa
Perancangan kemasan ini ditujukan kepada dewasa muda agar tertarik kepada produk herbal.
3. Dimana
Proses penelitian, pengumpulan data dan perancangan dilakukan di Ciwidey, Kabupaten Bandung.
4. Kapan
Sejak Februari sampai Juni 2024, penelitian dimulai dengan pengajuan judul, observasi, pengumpulan data, wawancara. Proses penelitian diakhiri dengan melakukan proses perancangan visual dan hasil perancangannya.
5. Mengapa
Perancangan kemasan yang perlu dikembangkan karena Sumadira Marantie yang digunakan saat ini masih terbatasnya media visual dalam kemasan dan pemasaran produk, sehingga dewasa muda kurang tertarik akan produk herbal ini.

6. Bagaimana

Proses perancangan dimulai dengan pembuatan struktur kemasan.

Selanjutnya, *surface* kemasan digunakan untuk membuat *primary panel display* yang sesuai dengan teori kemasan dan desain komunikasi visual.

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, tujuan khusus penelitian ini untuk merancang desain kemasan produk Sumadira Marantie untuk menarik minat serta memperluas pangsa pasar terhadap dewasa muda melalui desain kemasan.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan data ini berupa data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

A. Data Primer

Data primer merupakan sumber utama data yang digunakan dalam penelitian. Nazir mengatakan (dalam tanuatmadja, dkk 2014), sumber-sumber dasar, yang merupakan saksi atau bukti utama dari peristiwa sebelumnya, disebut data primer. Yang termasuk dalam pengumpulan data primer adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Riduwan mengemukakan bahwa (dalam Amelia dan Oemar 2017), Observasi adalah metode pengumpulan data di mana peneliti melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk melihat langsung bagaimana kegiatan berlangsung.

Observasi dilakukan untuk mengetahui situasi dan kondisi rumah Sumadira Marantie, seperti lingkungan sekitar pabrik, proses pemasaran, interaksi antar karyawan, serta proses pembuatan produknya.

2. Wawancara

Menurut Soewardikoen (dalam Rahmania dan Tohir 2021), wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemikiran, ide, pengalaman, pendirian, atau perspektif dari narasumber, atau untuk mendapatkan informasi tentang peristiwa yang tidak dapat diamati secara langsung oleh peneliti atau tentang peristiwa masa lalu.

Wawancara dilakukan secara tatap muka di tempat pembuatan namun selalu dilakukan secara terstruktur dengan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Metode ini juga digunakan untuk mengetahui tanggapan terkait Sumadira Marantie. Data yang diperoleh meliputi sejarah berdirinya Sumadira Marantie, proses produksi, jumlah karyawan, lokasi ekspor produk, cita rasa produk, pendapatan yang di dapatkan dan harapan yang ingin dicapai.

B. Data Sekunder

Nazir mengatakan (dalam Tanuatmadja, dkk 2014), Data sekunder adalah catatan tentang suatu peristiwa atau catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber asli. Tujuannya adalah untuk mendukung penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan dari data primer. Data sekunder diperoleh melalui kepustakaan dan dokumentasi.

1. Survey Kuisioner

Metode kuisioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberi seperangkat pertanyaan tertulis untuk menjawabnya (Susanti, dkk 2018).

Survey kuisioner dilakukan Penulis dengan membagikan survey kuisioner melalui Google Form, dalam bentuk link ke pelanggan atau target audiens Sumadira Marantie.

2. Studi Kepustakaan

Menurut Nazir (dalam Sihombing 2020), Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang menyelidiki buku-buku, literatur, catatan-catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

1.5.2 Analisis

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

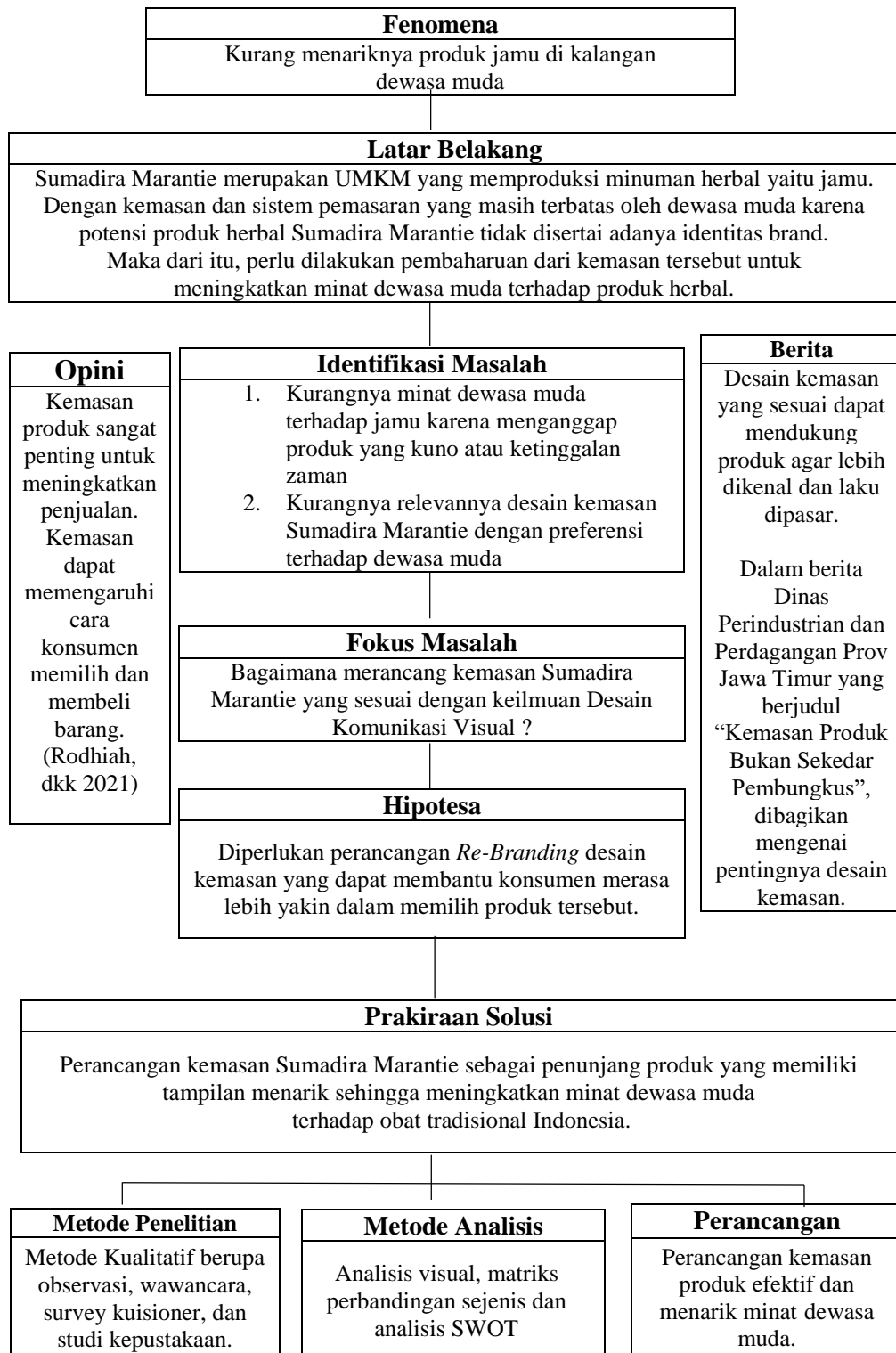
1. Analisis visual melibatkan menguraikan dan menginterpretasikan gambar. Proses pengamatan yang berbeda dari yang biasa digunakan untuk melihat karya visual diperlukan untuk menganalisisnya. Untuk mengenal karya visual seperti mengenal seseorang, pengamatan dan pertimbangan yang teliti diperlukan. (Sowardikoen 2019)
2. Matriks Perbandingan Sejenis, yaitu konsep matriks, yang terdiri dari baris dan kolom yang masing-masing menunjukkan dua dimensi, dapat digunakan sebagai ide tentang kumpulan data.

Matriks perbandingan sejenis digunakan untuk menentukan contoh kemasan mana yang secara visual paling efisien, bandingkan beberapa contoh. Proses membandingkan objek visual penelitian dengan objek pesaingnya dengan data yang dibandingkan, termasuk warna, gambar, tipografi, nama merk, desain kemasan, dan bentuk lainnya, yang merupakan standar spesifikasi desain kemasan yang baik.

3. Freddy Rangkuti (1998) menyatakan lingkungan *Internal Strength* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang ada di dunia bisnis adalah singkatan dari SWOT. Dengan membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*) juga disebut Analisis SWOT.

Untuk mengetahui keunikan produk dan bersaing dengan pesaing, analisis SWOT digunakan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan Sumadira Marantine dengan pesaingnya.

1.6 Kerangka Penelitian



Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Tiara Utami, 2024

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan meliputi uraian latar belakang, identifikasi masalah serta rumusannya, ruang lingkup, tujuan penelitian, pengumpulan beserta analisis data yang digunakan, kerangka penelitian, dan pembabakan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Dasar pemikiran berisikan teori teori serta penjelasan yang relevan. Topik dan objek penelitian yang digunakan berhubungan sebagai dasar perancangan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Dasar pemikiran berisikan teori teori serta penjelasan yang relevan. Topik dan objek penelitian yang digunakan berhubungan sebagai dasar perancangan.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Berisikan data yang telah dihimpun dan dikumpulkan melalui observasi, wawancara, survey kuisioner, studi kepustakaan, analisis visual serta mencakup data dari pemberi proyek dan produk.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisikan konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis dan rancangan akhir.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian beserta hasil perancangan karya dan saran terkait penulisan laporan tugas akhir.