

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Percetakan adalah sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal atau bersamaan berupa tulisan dan gambar, menggunakan tinta di atas kertas menggunakan mesin cetak. Percetakan memiliki peran penting dalam komunikasi dan distribusi informasi di masyarakat. seperti mesin cetak yang lebih cepat dan teknologi warna serta toner baru. Menurut Kementerian Perindustrian (2024), industri percetakan mengalami peningkatan yang paling optimis dalam enam bulan kedepan. Peningkatan ini membuat permintaan percetakan semakin efisien dan membantu mempertahankan relevansi layanan percetakan di tengah meningkatnya pembatasan media digital.

Kota Bandung merupakan salah satu pusat industri di Jawa Barat, dan industri percetakan memiliki peran krusial dalam mendukung berbagai sektor usaha. Permintaan akan produk-produk cetak seperti buku, majalah, kemasan produk, dan materi promosi perusahaan terus meningkat (Syafaruddin, 2019). Meski demikian, industri percetakan juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis dokumen dan materi cetak lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi, industri percetakan terus beradaptasi untuk memenuhi tuntutan pasar yang semakin beragam.

PT BSC Advertising adalah salah satu percetakan yang berpusat di Kota Bandung berdiri sejak tahun 2005. Perusahaan ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat memberikan pelayanan cetak yang berkualitas dan mengedepankan hubungan jangka panjang kepada klien. Saat ini BSC hanya beroperasi di Kota Bandung namun dapat menerima permintaan dari seluruh wilayah Indonesia, seperti pulau Jawa dan Riau.

Produk yang ditawarkan meliputi berbagai jasa percetakan, seperti cetak offset, cetak digital, dan cetak large format. Selain itu, BSC juga menyediakan layanan desain grafis, finishing seperti laminasi dan pemotongan, serta distribusi hasil cetak. Dengan bekal pengalaman yang dimulai dari tahun 2005, BSC berkomitmen untuk memberikan kualitas terbaik dan pelayanan prima kepada setiap pelanggan.

Produk yang dipasarkan hanya menggunakan *word of mouth* atau penyaluran informasi yang disampaikan dari pengalaman menggunakan layanan BSC orang ke orang melalui komunikasi lisan. Kostumen yang telah menggunakan jasa BSC merekomendasikan pelayanan BSC kepada rekan dan klien yang mempercayakan BSC untuk memenuhi

+

kebutuhan perusahaan terkait jasa percetakan yang merupakan perusahaan seperti, Tribun, Sindo, Kompas, Sanbe Farma, BPJS, dan Pindad. Beberapa dari perusahaan tersebut menjadi klien tetap BSC sejak tahun 2005 yang merupakan sumber utama profit perusahaan.

Tantangan yang dihadapi oleh BSC pada tahun 2020 saat masa pandemi COVID-19, BSC mengalami penurunan calon klien, dikarenakan perusahaan yang tadinya menjadi klien dari BSC, kini sudah merubah proses bisnisnya dalam pengadaan media promosi dan informasi melalui media digital, Sehingga tidak lagi menjadi klien dari BSC. Faktor lainnya disebabkan karena belum memiliki identitas visual sehingga *brand awareness*-nya belum kuat. Selain itu perkembangan teknologi digital yang merubah perilaku calon klien, sehingga mencari informasi secara mandiri.

Dari permasalahan yang dialami oleh BSC, penulis memilih “Perancangan Strategi Desain” sebagai topik dari perancangan tugas akhir ini. Dengan merancang Identitas visual yang tepat diharapkan BSC mampu menciptakan *brand awareness*-nya di kalangan masyarakat luas agar dapat menyesuaikan diri pada pangsa pasar baru, dan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Strategi desain menurut Prabawa dan Swasty (2015), adalah implementasi prinsip-prinsip desain ke dalam berbagai bidang, salah satunya bisnis, demi meningkatkan keunggulan kompetitif suatu organisasi. Dengan mengubah metode pendekatan masalah dan mengidentifikasi sebuah peluang untuk mengambil tindakan, Strategi desain dapat membantu merumuskan solusi bisnis yang mengedepankan analisis manajemen dan bisnis, media visual yang dihasilkan tak hanya memiliki unsur estetis tetapi lebih tepat dan sesuai dengan permasalahan yang ingin diatasi. Keluaran dari strategi desain adalah sebuah konsep bisnis yang akan diimplementasikan kepada media-media visual dengan target yang dituju.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang ada di atas, maka permasalahan yang dialami BSC sebagai berikut:

1. Belum adanya identitas visual yang dimiliki oleh BSC sehingga *brand awareness* belum terbentuk dengan baik.
2. Terjadi perubahan perilaku kostumer akibat perkembangan teknologi yang pesat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana merancang strategi desain yang dapat meningkatkan kinerja bisnis dari BSC?”

+

1.4 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi *Designpreneur*, maka tugas akhir ini akan difokuskan pada perancangan strategi desain untuk meningkatkan identitas visual dan bisnis dari *brand* BSC itu sendiri, dengan melakukan analisis internal dan eksternal.

Pengumpulan data hingga perancangan dilakukan tahun 2023 dan dilakukan di Kota Bandung. Segmentasi dari BSC adalah masyarakat yang rentang umurnya 25 tahun hingga – rentang umur 50 tahun yang masih menjalankan usahanya. Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu meningkatkan citra BSC sehingga dapat bertumbuh dengan lebih baik dan menyesuaikan diri dengan target pasar yang baru.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah perancangan strategi desain yang tepat untuk menciptakan *brand awareness* BSC Advertising serta untuk memperluas target pasar milik BSC Advertising.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Langkah pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1.6.1 Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Data dan informasi lainnya dikumpulkan melalui tinjauan pustaka, yang meliputi pencarian sumber atau pendapat ahli mengenai suatu topik yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dilakukan untuk mencari sumber data dan informasi dari situs online, jurnal, dan buku.

b. Observasi

Menurut Soewardikoen (2021), observasi dibidang penelitian visual adalah mengamati objek secara seksama dan menulis unsur-unsur visual yang terdapat pada gambar atau apa yang dapat terlihat. Penelitian ini dilakukan secara observasi terhadap beberapa perusahaan serupa yang bergerak di bidang yang sama dan melakukan pengamatan pada media visualisasi pada perusahaan tersebut.

c. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah obrolan yang bermaksud untuk menggali pandangan atau pemikiran narasumber guna memperoleh informasi terhadap kejadian

+

yang tidak dialami langsung oleh peneliti (Soewardikoen, 2021). Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara terhadap direktur utama dari PT BSC Advertising, Bapak Budhi Hadisyahputra secara empat mata, hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang PT BSC Advertising.

d. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode guna mendapatkan data dalam waktu relatif cepat karena mampu mendapatkan informasi sekaligus dari beberapa orang yang diminta untuk mengisi jawaban (Soewardikoen, 2021). Kuesioner dilakukan untuk mengetahui tingkat *awareness* target audiens terhadap PT BSC Advertising. Kuesioner disebarakan melalui Instagram dan Whatsapp. Jumlah audiens dari kuesioner berjumlah 72 orang yang disebar dari tanggal 13 Mei 2024 sampai dengan tanggal 19 Mei 2024.

1.6.2 Analisis Data

Metode analisis data yang dikumpulkan dalam perancangan ini menggunakan metode yang sesuai dengan teori formulasi strategi desain. Teori yang dijadikan acuan dalam perancangan ini adalah teori yang dikemukakan oleh Brigitte Borja de Mozota dalam bukunya yang berjudul *Design Management: Using Design to Build Brand Value and corporate Innovation*. Seperti pada Tabel 1.1:

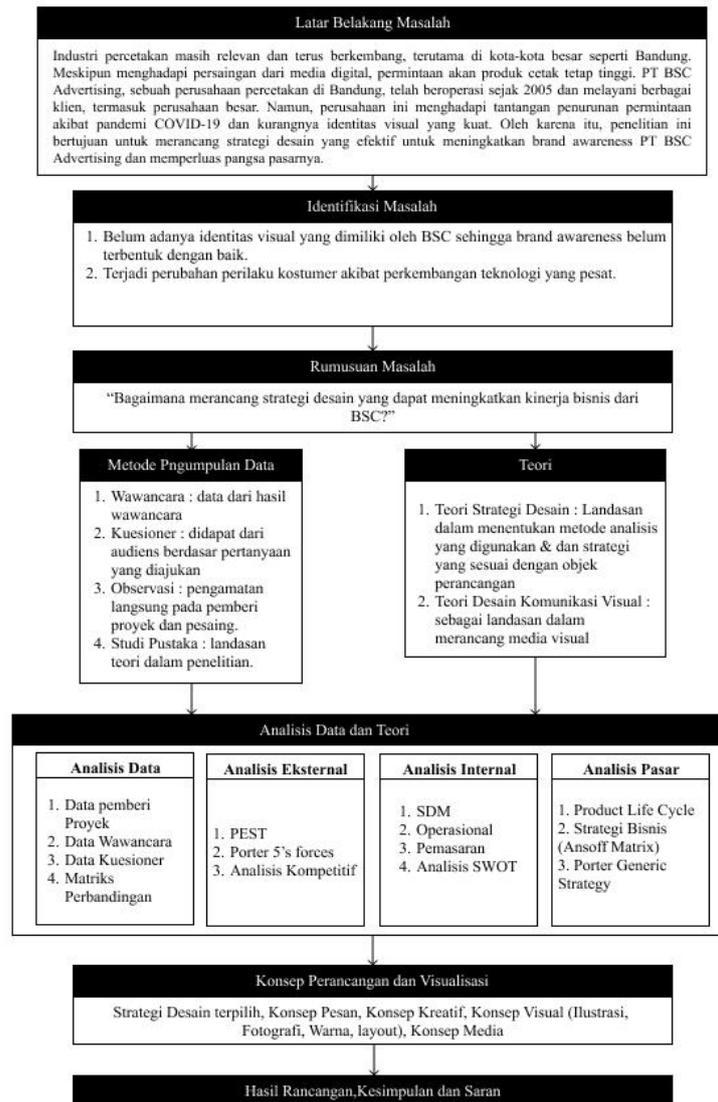
Tabel 1. 1 *The Design Management Process*

(Sumber: (Mozota, 2009)

<i>Phase</i>	<i>Issues to Analyze</i>	<i>Tools</i>
1. Strategy formulation <i>Competitive analyze External</i>	<i>Industry attractiveness</i> <i>Opportunities & threats</i>	<i>'PEST' analysis</i> <i>'Porter Five Forces' Model</i> <i>Scenarios</i> <i>Strategic group Matrix</i> <i>Attractiveness/Analyze</i>
<i>Competitive analysis Internal</i>	<i>Strategic capacity</i> <i>Key success factors</i> <i>Strength & Weakness</i>	<i>Value chain</i> <i>Benchmarking</i> <i>Portfolio analysis</i>
<i>Organizational Objectives</i>	<i>Synthesis</i>	<i>SWOT Analysis</i>
	<i>Corporate governance</i> <i>Stakeholders' expectations</i> <i>Business ethics</i> <i>Culture</i>	<i>Matrix Power/interest</i> <i>Identify focalization</i>
	<i>Mission vision</i>	<i>Design management</i> <i>Strategic audit</i>

2. Strategy selection	<i>Balance between governance Objectives and Swot analysis</i>	<i>Porter generic strategic</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Volume/Price</i> • <i>Differentiation</i>
3. Strategy implementation	<i>Strategy development routes</i>	<i>Vertical Integration Diversification Internationalization</i>

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

+

1.8 Pembabakan

Sistematika penulisan yang dilakukan pada penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Sebagai penjelasan tentang latar belakang. Identifikasi dan perumusan masalah yang telah ditemukan terkait objek penelitian yaitu BSC. ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, metode analisis data, serta kerangka perancangan.

Bab II Landasan Teori

Pada bagian ini berisi uraian teori-teori sebagai penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I. Teori yang digunakan antara lain teori analisis lingkungan eksternal dan internal, teori strategi bisnis dan desain, serta teori desain komunikasi visual. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

Bab III Data dan Analisis

Pada bab ini menjelaskan mengenai data-data yang diperoleh terkait BSC mulai dari proses kuesioner, wawancara, hingga data pesaing sejenis. Data tersebut akan dianalisis dengan acuan teori yang telah dipaparkan pada bab landasan teori dan disimpulkan menjadi dasar dari konsep yang akan dibuat dalam perancangan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bagian konsep dan hasil perancangan berisi mengenai konsep perancangan yang dibuat untuk BSC. Proses perancangan akan dipaparkan mulai dari penjabaran konsep hingga implementasi pada media yang sesuai.

Bab V Penutup

Pada bagian penutup akan menjelaskan hasil penelitian dan hasil rancangan yang telah disusun, karya yang dihasilkan, serta pada bagian ini berisi saran agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih baik.