

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya kecanggihan teknologi saat ini semakin membuat perubahan dan kemudahan dalam kehidupan manusia. Pada saat ini, teknologi sudah merambah ke dalam berbagai aspek kehidupan manusia baik secara individual maupun dalam lingkup sosial masyarakat. Maka dari itu, perkembangan teknologi dewasa ini bisa dikatakan sebagai sebuah tantangan bagi masyarakat untuk dapat lebih menguasai dan menyikapi kemajuan ini dengan bijak.

Untuk menguasai perkembangan teknologi pastinya dibutuhkan *gadget* sebagai alat untuk mengaksesnya. *Gadget* merupakan seperangkat alat elektronik yang memiliki fungsi dan peran di setiap jenisnya dalam memudahkan pekerjaan dan kebutuhan manusia menjadi lebih mudah dan efisien[1]. Seiring berkembangnya zaman, *gadget* semakin banyak diminati oleh masyarakat luas. Hal ini dapat dilihat dengan data yang dimiliki oleh BPS (Badan Pusat Statistik) dari hasil pendataan survei SUSENAS 2021, bahwa 62,10% populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. selain itu, tingginya angka ini tidak terlepas dari pertumbuhan penduduk yang memiliki *gadget* sebanyak 65,87% selama tahun 2017-2021[2]. Dari data tersebut, bisa dikatakan bahwa tingginya pengguna internet ini mencerminkan keterbukaan masyarakat Indonesia dalam menerima informasi dan perkembangan teknologi.

Perkembangan *gadget* dewasa ini sudah banyak mengalami kemajuan dari segi jenis, fitur maupun bentuknya. Salah satu *gadget* yang banyak mengalami kemajuan contohnya adalah komputer dan laptop. Saat ini, komputer tidak lagi menjadi kebutuhan tersier, akan tetapi sudah menembus ke dalam kebutuhan sekunder, bahkan ada beberapa orang menganggap komputer adalah sebagai kebutuhan primer. Hal ini dikarenakan peranan teknologi komputer saat ini yang dapat mempercepat menyelesaikan pekerjaan manusia. Menurut Pramuditho dan Trianto, Keterampilan dalam penguasaan teknologi komputer bisa meningkatkan produktifitas dan penguasaan pasar dalam rangka

menumbuhkan potensi ekonomi kerakyatan, sehingga perlu diciptakan kondisi yang dapat mendorong pertumbuhan dan pengembangan[3]. Pentingnya penguasaan dalam teknologi komputer memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia pada saat ini untuk dapat lebih mengembangkan keterampilannya agar tidak tergilas oleh zaman.

Di Indonesia, kepemilikan komputer belum sepenuhnya merata, menurut hasil survei Indonesiabaik.id (*Government Portal For Viral-Able Public Policy Communication*) tahun 2018 menunjukkan masyarakat yang memiliki komputer di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan hanya sebanyak 3,77% saja dari jumlah total keseluruhan masyarakat Indonesia yang memiliki komputer sebanyak 7,97%[4]. Dari hasil survey tersebut bisa dikatakan bahwa angka kepemilikan komputer yang ada di daerah pedesaan tergolong masih kecil. Hal ini perlu didukung oleh beberapa aspek salah satunya adalah peran dari para pelaku bisnis yang berani membuka toko komputer di daerah pedesaan.

Adanya toko komputer yang berada di daerah pedesaan, membuat para masyarakat setempat memiliki jangkauan untuk mendapatkan langsung akses jual beli barang yang mereka butuhkan. Sehingga, ketimpangan digital antara masyarakat yang berada di kota dan desa bisa diminimalisir. Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa bahwa sebuah desa harus diimbangi dengan peningkatan pelayanan terhadap administrasi desa dengan penggunaan komputerisasi dalam proses pengurusan administrasi desa dan peningkatan kemampuan perangkat desa dalam penggunaan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi)[5]. Apalagi, di desa sendiri masih banyak kantor-kantor seperti sekolah, kantor kepala desa, rumah sakit dan kantor lainnya yang membutuhkan teknologi komputer sebagai alat untuk beroperasi.

Salah satu toko komputer yang berada di daerah pedesaan adalah Jayacom (Jaya Computer). Jayacom adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan dan jasa *service* komputer. Usaha ini berdiri sejak tahun 2010 hingga sampai dengan saat ini. Usaha ini didirikan oleh Bapak Yahya Hermansyah dan Ibu Dewi Gunawati. Lokasi Toko Jayacom berada di Desa Carita, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten.

Berbeda dengan toko-toko komputer pada umumnya, toko ini dikelola oleh 2 (dua) orang ibu-ibu yang bernama Ibu Dewi Gunawati dan Ibu Enung Nurcita. Hal ini menjadi tidak biasa, khususnya pada toko komputer yang berada di desa dan umumnya diisi oleh para laki-laki, akan tetapi pada Toko Jayacom ini dari segi pengelolaan, pelayanan hingga teknisi *service*-nya dilakukan oleh ibu-ibu. Dilansir dari laporan BCG (*Boston Consultant Group*) tahun 2017, bahwa representasi dari perempuan di sektor teknologi masih tergolong rendah, hal ini hampir terjadi di seluruh wilayah Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Kontribusi wanita dalam bidang teknologi hanya berada di angka 35% untuk lulusan perguruan tinggi dan 22% untuk tenaga kerja[6]. Hal ini seharusnya lebih banyak disadari oleh banyak pihak karena dalam bidang pekerjaan apapun saat ini, kesetaraan gender adalah sesuatu yang layak untuk diperjuangkan, khususnya dalam bidang pekerjaan.

Sayangnya, belum banyak yang mengetahui toko ini, baik dari keunikan yang dimiliki, hingga keberadaannya terutama oleh masyarakat di luar Kecamatan Carita. Hal ini terjadi karena Jayacom tidak memaksimalkan strategi promosinya seperti para kompetitor lain dan juga tidak mengaplikasikan tokoh ke 2 (dua) ibu ini sebagai keunikan yang tidak dimiliki dari kompetitor lain, baik dalam *brand image*, identitas visual, strategi promosi dan strategi *branding*-nya. *Branding* memiliki peranan paling penting dalam bisnis karena dengan kekuatan brand dan strategi promosi yang dimiliki oleh sebuah bisnis, bisa menentukan sebuah bisnis akan sukses atau gagal[7]. *Branding* yang dirancang dengan baik juga merupakan sebuah profesionalisme dalam sebuah usaha untuk melayani konsumennya dengan kekuatan visual yang dihadirkan.

*Branding* adalah ide atau konsep sebuah visual yang dipasarkan sebuah perusahaan, sehingga dapat dikenali oleh banyak orang dan diidentifikasi dengan layanan atau produk tertentu ketika ada banyak perusahaan lain yang menawarkan layanan atau produk yang sama[8]. Aktifitas *branding* yang disebut sebelumnya, bukan hanya sebagai pengenalan merek di pasar, tetapi juga pencitraan merek merupakan bagian penting dari perdagangan. Citra

merek merupakan sebuah asosiasi atau kepercayaan yang terdapat di dalam benak konsumen yang bisa menjadikan sebuah merek dapat berbeda dengan merek yang lainnya mulai dari lambang, tipografi, warna khusus dan elemen lainnya[9]. Dengan memiliki *branding* yang kuat, maka citra sebuah perusahaan dapat lebih mudah membedakan dengan *brand* perusahaan lain. selain itu, *branding* juga bisa memberikan penanda dan ciri khas dari sebuah brand untuk dapat melekat dalam benak konsumen.

Tujuannya dilakukannya *branding* adalah untuk membangun kehadiran yang signifikan dan berbeda di pasar, memiliki sifat menarik dan mempertahankan pelanggan setia[10]. Dengan adanya penjelasan ini, maka dari itu perlu adanya *rebranding* agar toko ini diketahui oleh banyak orang akan keunikan tersendiri yang berbeda dari toko-toko komputer lain dengan menonjolkan ke 2 (dua) tokoh ibu tersebut.

Dari pemaparan di atas, maka penulis ingin membuat rancangan *rebranding* untuk Toko Jayacom dengan judul: "Rebranding Jaya Computer (Jayacom) Sebagai Wujud Representasi Wanita Dalam Teknologi" untuk menonjolkan keunikan yang dimiliki oleh toko ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana merancang strategi kreatif *rebranding* Toko Jayacom berupa representasi wanita dalam teknologi?
- 1.2.2 Apa saja media promosi yang tepat untuk digunakan sebagai kegiatan *rebranding* Toko Jayacom?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penelitiannya sebagai berikut:

- 1.3.1 Merancang strategi kreatif *rebranding* Toko Jayacom berupa

representasi wanita dalam teknologi.

- 1.3.2 Menentukan media promosi yang tepat untuk digunakan dalam mendukung kegiatan *rebranding* Toko Jayacom.

#### 1.4 Batasan Perancangan

Perancangan ini difokuskan pada *rebranding* unsur-unsur *branding* yang terdapat dalam Toko Jayacom, antara lain adalah logo, Maskot, *Tagline/slogan*, *copywriting*, warna, tipografi dan sebagainya. Sedangkan, media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah Facebook dan Instagram *ads*. Untuk media pendukungnya antara lain seperti brosur, kartu nama, spanduk, poster, *mouse pad*, pulpen, *mug/gelas*, tas *spunbond*, gantungan kunci, nota dan stempel.

#### 1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

##### 1.5.1 Manfaat bagi Keilmuan DKV

Perancangan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai edukasi untuk menambah wawasan mengenai perancangan *rebranding* sebuah toko komputer di lingkungan pendidikan khususnya bidang ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV)

##### 1.5.2 Manfaat bagi Institusi

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk mendukung visi pihak Institut Teknologi Telkom Purwokerto untuk berperan aktif dalam lingkungan masyarakat khususnya dalam bidang *Small Medium Enterprize*.

##### 1.5.3 Manfaat bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi masyarakat agar masyarakat luas lebih mengetahui Toko Jayacom terlebih tentang pentingnya *branding* dari sebuah usaha dan peran/kontribusi wanita dalam bidang teknologi.