

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

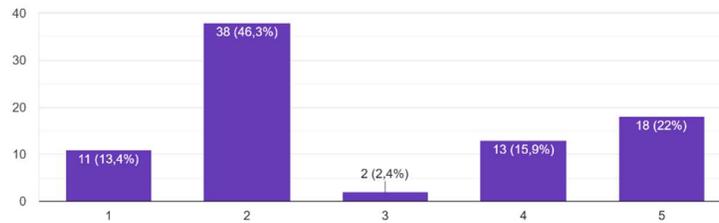
Kota kreatif yang sedang dikembangkan oleh Kemenparekraf menjadi salah satu program pemerintah yang cukup menarik, salah satu kota yang masuk dalam kota kreatif yaitu Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara. Agar perilaku kreatif dalam perekonomian kota dapat berkembang, dibutuhkan suport dari berbagai bagian seperti, pemerintah, pelaku ekonomi, dan masyarakat [1]. Faktor paling penting dalam pembangunan ekonomi kota adalah kreatifitas. Salah satu peningkatan perekonomian yang dapat diimplementasikan yaitu melalui UMKM. Hal ini menunjukkan, UMKM memiliki peran yang signifikan untuk dapat mengoptimalkan perekonomian Indonesia. Saat ini UMKM adalah sebuah bisnis potensial yang sedang dikembangkan oleh pemerintah, karena dapat meningkatkan perekonomian pada sebuah daerah [2]. Untuk memanfaatkan peluang potensi yang ada, tentunya masing-masing usaha akan berlomba-lomba untuk membuat media promosi yang efektif. Promosi yang menarik akan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk [3]. Sehingga, promosi yang menarik perlu dilakukan dalam sebuah usaha untuk meningkatkan pemasaran.

UMKM Wisnu Tatah Indah merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam sektor kriya. UMKM tersebut berada di Jalan Pagar Batu, No.88, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara. Usaha yang berlokasi di Kabupaten Toba ini sudah menghasilkan berbagai macam karya seperti ukiran gorga khas Batak, suvenir, miniatur, patung, lukisan, dan mebel. Selain bertujuan dalam meningkatkan ekonomi, UMKM Wisnu Tatah Indah juga memberikan nilai budaya yang tinggi melalui karya yang dihasilkan. UMKM Wisnu Tatah Indah dikelola oleh seorang seniman bernama Johnnery Silalahi yang sudah memiliki banyak pengalaman

dibidang seni. UMKM Wisnu Tatah Indah memiliki potensi yang dapat dikembangkan, karena subsektor kriya memiliki sisi historis dan budaya yang kuat serta karakteristik yang menggambarkan budaya masyarakat Toba. Lokasi usaha yang dekat dengan berbagai objek wisata di Kecamatan Balige dapat dijadikan peluang yang potensial untuk mengembangkan UMKM Wisnu Tatah Indah. Salah satu objek wisata yang berkelas dunia yaitu Danau Toba akan menguntungkan bagi UMKM yang ada disekitarnya [4]. Wisatawan lokal atau bahkan turis mancanegara yang berkunjung ke Danau Toba dapat dimanfaatkan oleh UMKM Wisnu Tatah Indah untuk menarik perhatian pelanggan.

UMKM Wisnu Tatah Indah sudah banyak menghasilkan produk kriya yang berkualitas, namun masih kurang memperhatikan promosi yang dilakukan. Media promosi awal yang dibangun belum dapat dimaksimalkan dengan baik. Usaha ini awalnya sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi, namun belum ada perkembangan yang signifikan. Pemesanan *online* melalui Instagram hanya bertahan sebentar saja, bahkan Instagram tersebut juga jarang digunakan untuk sekedar mengunggah produk yang dihasilkan. Usaha ini juga memiliki kendala pada konten feed Instagram yang kurang menarik dan informasi mengenai usaha ini juga masih sedikit. Untuk membuktikan hal tersebut, penulis membuat kusioner penelitian tanggapan terhadap desain media promosi yang sudah ada pada UMKM Wisnu Tatah Indah saat ini. Hasil kusioner menunjukkan 40,2% laki-laki dan 59,8% perempuan, usia 25-30 tahun 52,4%, usia 30-35 tahun 37,8%, usia 35-40 tahun 9,8% dengan total responden sebanyak 82 orang. Dari hasil tanggapan responden terkait desain media promosi yang dimiliki Wisnu Tatah Indah, sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menjawab bahwa desain media promosi Wisnu Tatah Indah saat ini tidak menarik. Bisa dilihat persentase jawaban konsumen pada diagram dibawah ini.

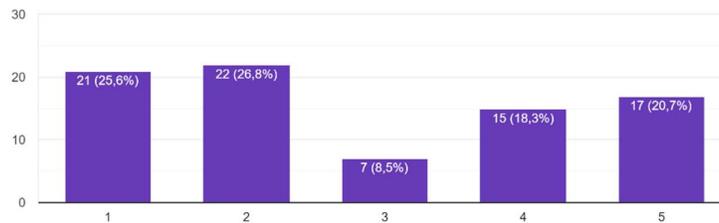
Apakah postingan feed Instagram dari UMKM Wisnu Tatah Indah sudah menarik?
82 jawaban



Gambar 1. 1 Hasil kusioner
Sumber: Data penulis

Postingan *feed* Instagram yang dimiliki oleh UMKM Wisnu Tatah Indah juga kurang informatif. Sehingga, sulit bagi konsumen untuk memperoleh informasi seputar usaha tersebut. Dapat dilihat dari tanggapan konsumen terhadap promosi yang telah dilakukan oleh UMKM Wisnu Tatah Indah dengan dari diagram berikut ini.

Apakah media promosi kami memberikan informasi yang jelas tentang produk/jasa yang kami tawarkan?
82 jawaban



Gambar 1. 2 Hasil kusioner
Sumber: Data penulis

Kemudian, hasil kusioner juga menunjukkan sebanyak 61% responden berpendapat bahwa promosi pada media sosial Instagram Wisnu Tatah Indah perlu dilakukan redesain agar lebih baik lagi. Sebuah usaha apabila memiliki media promosi yang baik dapat memberikan dampak yang besar bagi usaha tersebut. Media promosi yang baik akan meningkatkan penjualan dan mengubah perspektif konsumen dari yang semula tidak tertarik pada sebuah produk menjadi lebih tertarik [5]. Maka dari itu,

dibutuhkan promosi yang efektif agar meningkatkan pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan konten promosi yang disajikan.

Dari penjelasan diatas promosi yang dilakukan pada media sosial UMKM Wisnu Tatah Indah perlu dilakukan redesain. Melihat potensi yang dimiliki oleh UMKM Wisnu Tatah Indah yang menjadi satu-satunya usaha yang masih mempertahankan corak autentik khas Batak pada produk yang dihasilkan. Tentunya harus memiliki media promosi yang efektif, sehingga dapat meningkatkan penjualan dari usaha tersebut. Apalagi saat ini masyarakat sudah semakin kritis terhadap layanan dan informasi yang diberikan oleh sebuah usaha. Redesain media promosi pada perusahaan atau usaha memang sudah banyak dilakukan dalam studi perancangan Desain Komunikasi Visual. Namun, belum ada yang merancang sebuah media promosi untuk UMKM Wisnu Tatah Indah. Oleh karena itu penulis membuat perancangan redesain media promosi untuk UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai usaha yang menghasilkan kerajinan autentik khas Batak, serta dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi bagi daerah sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam sebuah perancangan tugas akhir tentunya memiliki rumusan masalah yang akan diselesaikan. Berdasarkan pemaparan diatas, rumusan masalah pada perancangan tugas akhir ini adalah:

- a. Bagaimana merancang media promosi UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai usaha kerajinan souvenir autentik khas Batak?
- b. Bagaimana pengaplikasian media promosi UMKM Wisnu Tatah Indah kedalam berbagai jenis media?

1.3 Tujuan Perancangan

Dalam sebuah perancangan tentunya memiliki tujuan perancangan agar dapat menjawab point-point rumusan masalah yang telah ditentukan. Maka, berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat penulis, tujuan perancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang media promosi UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai usaha kerajinan souvenir autentik khas Batak melalui media komunikasi visual.
- b. Mengetahui pengaplikasian media promosi pada berbagai jenis media.

1.4 Batasan Perancangan

Perancangan ini memiliki batasan perancangan, sehingga dapat lebih terfokus dan tidak terlalu luas, maka tugas akhir ini membuat ruang lingkup perancangan meliputi:

- a. Perancangan ini akan berfokus pada pembuatan *feed* Instagram sebagai media utama
- b. Untuk mendukung media utama pada perancangan ini, maka akan ada spanduk, *x-banner*, kartu nama, *thankyou card*, stiker, gantungan kunci dan *totebag*.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Bagi Institusi

Perancangan ini dapat digunakan oleh institusi untuk dapat ikut berpartisipasi dalam pengembangan UMKM Wisnu Tatah Indah pada sektor kriya sesuai dengan visi dan misi Institut Teknologi Telkom Purwokerto yaitu berfokus pada *Healthcare, Agro-Industry, Tourism*, dan *Small-Medium Enterprise (HATS)*.

1.5.2 Manfaat Bagi Keilmuan DKV

Tugas akhir ini akan dijadikan rujukan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk merancang media promosi sebuah usaha dan akan diberikan kepada perpustakaan ITTP sebagai bahan referensi.

1.5.3 Manfaat Bagi Masyarakat

- a. Hasil perancangan ini nantinya dapat menjadi referensi bagi owner UMKM Wisnu Tata Indah dalam mempromosi produk yang dihasilkan dan dapat mengaplikasikannya pada berbagai jenis media.
- b. Manfaat bagi masyarakat adalah dapat memberikan informasi dan inspirasi mengenai redesain media promosi usaha pada sektor kriya.

- c. Perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai usaha yang bergerak dibidang kriya serta dapat meningkatkan pembelian produk yang dihasilkan oleh usaha tersebut.