

BAB 1 : Pendahuluan

1.1.Latar Belakang Masalah

Jajanan atau camilan adalah salah satu jenis makanan yang cukup banyak digemari masyarakat. Survei menunjukkan bahwa kaum Milenial adalah generasi yang paling suka makan camilan (Detik Food, 2017), sementara menurut penelitian yang dilakukan oleh Calbee Wings pada tahun 2019, remaja Indonesia berusia 18-25 tahun adalah usia masyarakat Indonesia yang paling suka makan camilan atau jajanan. Magelang adalah kota dengan berbagai tempat wisata dan jajanan camilan khas daerah, banyak wisatawan yang berkunjung ke Kota Magelang untuk berwisata, kuliner dan berbelanja oleh-oleh khas Magelang. Salah satu jajanan yang terkenal dan cukup legendaris di Magelang adalah Getuk Tiga Warna. Menurut situs The Asian Parents, Getuk adalah makanan ringan yang dibuat dari olahan ketela pohon atau yang biasa disebut singkong. Getuk seringkali menjadi oleh-oleh khas Kota Magelang yang dibeli para wisatawan yang sedang berwisata ke kota Magelang (Borobudur News). Dikutip dari Kompas.com, salah satu Getuk yang menjadi oleh-oleh legendaris dari kota Magelang sejak tahun 1976 adalah Getuk Tri Warna dengan merk Getuk Eco. Getuk Tri Warna Eco sebenarnya sama seperti getuk lainnya namun yang membedakan adalah bentuknya yang terdiri dari adonan dengan 3 warna berbeda, dan tidak menggunakan kelapa seperti jenis getuk yang lain.

Getuk Eco banyak dibeli untuk menjadi oleh-oleh dari Magelang karena sudah dikemas dengan modern. Getuk Eco juga tersedia dalam varian kemasan vakum, menurut Andreas Purnomo selaku pemilik Getuk Eco, Getuk hanya bisa bertahan dua atau tiga hari, namun jika di vakum dapat bertahan lebih dari seminggu, sehingga aman untuk dibawa atau dikirimkan ke luar kota sebagai oleh-oleh (Kompas.com). Harga satu dusnya pun cenderung terjangkau, yaitu sekitar Rp. 30.000-an untuk satu dus getuk tri warna yang sudah di vakum. Selain itu, Getuk Eco juga menerima rombongan wisatawan untuk melihat proses pembuatan getuk tiga warna legendaris dari Magelang ini, sehingga wisatawan dapat mengetahui proses pembuatan getuk tiga warna Eco.

Menurut wawancara Kompas kepada Andreas Purnomo selaku pengelola Getuk Eco pada hari Rabu (5/1/2022), usahanya mengalami penurunan omzet hingga 80 persen. Produksi yang awalnya 700-800 boks per hari namun sejak produksi 100 boks per hari pun kadang tidak habis. Pada bulan Mei tahun 2020, Getuk Eco mulai mencoba untuk menjual produknya secara online. Andreas sebagai pemilik Getuk Eco pun berinovasi membeli mesin vakum dan menerapkan pengemasan vakum kepada produknya agar bisa tahan lebih lama (2-3 minggu)

dan aman saat dijual online keluar kota. Selain itu, Getuk Eco juga melakukan berbagai inovasi dan promosi di sosial media seperti Instagram (@getuk.triwarna.eco) guna menjual produk secara online, Namun menurut Andreas, hal tersebut masih kurang menarik minat konsumen sehingga penjualan daring tidak sesuai harapan (Kompas.com).

Dalam bisnis kuliner dan jajanan tradisional, ada satu elemen yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu desain kemasan. Kemasan adalah media atau wadah untuk membungkus dan melindungi produk, namun kemasan memiliki fungsi lain yaitu menjadi media yang digunakan untuk menarik minat beli konsumen (Simanora, 2007). Getuk Eco juga pernah mencoba membuat 3 variasi desain kemasan untuk produk Getuk Tri Warna mereka. Namun yang menarik minat konsumen dan laku terjual hanya satu varian saja sedangkan dua varian lainnya tidak laku, sehingga saat ini Getuk Eco hanya menggunakan varian desain yang laku saja. (Purnomo, 2015). Hal ini memperkuat pernyataan Simanora bahwa desain kemasan juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli konsumen, termasuk konsumen Getuk Eco.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari Latar belakang diatas, dapat disimpulkan ada beberapa masalah seperti :

- Getuk Eco mengalami penurunan penjualan dan pemilik bisnis mencoba membuat beberapa inovasi seperti getuk vakum, melakukan promosi dan penjualan online namun kurang menarik minat konsumen sehingga penjualan kurang memuaskan.
- Desain kemasan memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat konsumen Getuk Eco,
- Masyarakat muda berusia 18-25 tahun suka membeli dan memakan camilan/jajanan.
- Inovasi kemasan dengan khalayak sasaran anak muda (18-25 tahun) dapat menjadi cara untuk menarik perhatian konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Batasan perancangan ini meliputi:

1. Pelanggan Getuk Tri Warna Eco
2. Wisatawan dari luar Magelang berusia 18-25 tahun
3. Masyarakat, Instansi, Peneliti selanjutnya.

1.4. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat perancangan visual kemasan yang dapat membuat Getuk Tri Warna merk Eco lebih menarik bagi konsumen muda (18-25 tahun)?

1.5. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat produk Getuk Tri Warna Eco menjadi lebih menarik bagi konsumen.

1.6. Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan dapat membawa manfaat seperti:

1. Bagi Getuk Eco

Membantu Getuk Eco untuk memiliki kemasan yang memiliki desain yang disukai khalayak sasaran sehingga dapat menarik minat konsumen.

2. Bagi kepentingan akademis

Perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan perancang selanjutnya khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual, sehingga perancangan ini dapat menjadi referensi atau studi komparasi untuk perancangan atau penelitian selanjutnya.

1.7. Objek Perancangan

Objek dari perancangan ini adalah visual kemasan Getuk Tri Warna merk Eco.

1.8. Metode Perancangan

Metode Perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah ADDIE, Menurut Chaeruman (2008), ADDIE merupakan singkatan dari Analysis, Design, Development, Implementation lalu Evaluation.

1. Analisis (Analysis)

Proses yang dilakukan pada tahapan analisis yaitu menganalisa, mengidentifikasi, dan merumuskan masalah yang terjadi, sehingga selanjutnya dapat memulai proses pengumpulan data yang diperlukan.

Metode yang digunakan untuk mencari data dalam perancangan ini adalah observasi secara online dan offline, serta dengan menggunakan kuisisioner. Perancangan ini dimulai dengan mengumpulkan data, menganalisa data, lalu membuat perancangan yang sesuai dengan data yang sudah diperoleh. Metode pengumpulan data yang digunakan pada perancangan ini adalah :

Observasi

Observasi dilakukan secara online (mencari data dan berita seputar Getuk Eco, Pariwisata Magelang) dan offline (mengamati dan menganalisa kemasan Getuk Eco)

Kuisisioner

Menyebarkan kuisisioner dengan Google Form kepada masyarakat diluar Magelang atau wisatawan yang pernah datang ke Magelang.

Setelah data Terkumpul, dilanjutkan dengan pengolahan dan analisis data untuk menentukan tahapan selanjutnya.

2. Desain (Design)

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah memulai merancang, seperti menentukan strategi kreatif, media, konsep verbal, strategi komunikasi, konsep visual serta perkiraan biaya kreatif dan sebagainya berdasarkan data yang sudah didapatkan di tahap sebelumnya.

3. Pengembangan (Development)

Pada proses ini dilakukan eksekusi dari konsep desain yang sudah dirancang di tahap sebelumnya, membuat karya visual nyata mulai dari sketsa hingga menjadi karya digital yang siap dicetak.

4. Implementasi (Implementation)

Tahap Implementasi pada perancangan ini adalah mencetak desain ilustrasi yang sudah dibuat di tahap sebelumnya dalam bentuk pola kemasan dan merangkainya menjadi 1 kemasan utuh untuk prototype, selanjutnya baru proses mockup untuk menampilkan preview hasil perancangan.

5. Evaluasi

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi terhadap perancangan yang telah dibuat.