Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan budaya dan keragaman flora dan fauna. Salah satu produk perkebunan Indonesia yang penting ialah kopi. Menurut Badan Pusat Statistik, angka ekspor tahunan kopi dari Indonesia ke berbagai benua meningkat dari 346.062,6 ton pada tahun 2011, menjadi 532.139,3 ton tahun 2013 silam. Seperti angka ekspor tahunan, angka produksi bulanan perkebunan kopi di Indonesia meningkat dari angka 22,2 ribu ton pada tahun 2011, menjadi 29,8 ribu ton pada tahun 2013.

Di antara angka-angka tersebut, menurut Rahardjo (2012), produksi kopi di Indonesia didominasi oleh jenis Robusta hingga 90% sedangkan 10% sisanya adalah kopi Arabika. Awalnya jenis kopi yang ditanam di Indonesia adalah kopi yang berjenis Arabika. Namun, sejak timbulnya penyakit karat daun dimulai pada akhir abad ke-19, kopi Robusta mulai dibudidayakan di Indonesia untuk menjadi solusi dari masalah karat daun pada jenis Arabika. Penyakit yang disebabkan oleh jamur Hemileia Vastatrix ini bisa dicegah dengan penanaman kopi Arabika di dataran tinggi karena jamur kurang intensif pada ketinggian 1.000 m di atas permukaan laut (hlm. 12).

Tana Toraja, Sulawesi Selatan, merupakan salah satu daerah dataran tinggi di Indonesia dengan topografi ideal untuk penanaman kopi Arabika maupun Robusta. Menurut Badan Pusat Statistik, area perkebunan kopi di daerah Sulawesi Selatan berkembang dari angka 73.600 ha di tahun 2012 menjadi 74.100 ha hanya

Perancangan Identitas..., Yohanes Wira, FSD UMN, 2015

dalam kurun waktu satu tahun. Nurhayat (2014) mengatakan bahwa kopi dari Tana Toraja berhasil mencetak rekor baru sebagai salah satu kopi termahal yang dilelangkan pada tahun 2013. Jenis kopi Toraja Sapan dianugerahi titel *speciality coffee* setelah berhasil mencetak rekor tersebut. Bapak Arman, yang merupakan seorang anak dari salah satu produsen kopi Toraja mengatakan bahwa kopi dari Toraja telah terjual dan diekspor keluar pulau maupun negeri berjumlah ribuan Ton setiap bulannya. Kopi-kopi tersebut sudah ditanam dan diekspor ke berbagai kota maupun negara sejak puluhan tahun lalu. Bapak Arman juga berkata bahwa kopi Toraja memiliki reputasi yang baik diantara kopi-kopi yang berasal dari daerah lainnya.

Kopi Toraya Mamali adalah bisnis industri rumah tangga yang didirikan oleh Ibu Charles dan Bapak Ali Yosef tahun 1990 di Makale, Tana Toraja. Nama Toraya Mamali mempunyai arti yaitu rindu Toraja, diambil dari bahasa Toraja. Kopi Toraya Mamali telah menjual kopi berjenis Arabika dan Robusta di pasar Makale sejak 1990. Toraya Mamali yang memiliki daya saing tidak dapat memperluas pasarnya karena identitas visual yang masih minim, sehingga citra dan nilai yang dimiliki oleh Toraya Mamali belum jelas terasa. Toraya Mamali juga merupakan salah satu merek kopi Toraja yang tidak bisa dijual di luar pasar tradisional karena identitas visual yang masih buruk sehingga belum bisa bersaing dan memasuki pasar yang lebih luas agar mudah dijangkau maupun dikenali masyarakat sehingga dapat mempengaruhi penjualan kopi Toraya Mamali. Pembuatan identitas visual yang baik dapat dilakukan dengan tujuan untuk mengubah citra merek agar *brand* Toraya Mamali dapat di-*realign* sehingga bisa

Perancangan Identitas..., Yohanes Wira, FSD UMN, 2015

menarik minat calon pembeli untuk membeli produk Toraya Mamali. Saat *brand alignment* dilakukan, sebuah merek hanya mengubah citra secara visual agar memperkuat kesan, bukan esensi dari sebuah merek.

Penulis menganggap bahwa penting untuk mengangkat masalah tersebut menjadi karya Tugas Akhir sebab solusi untuk masalah diatas mempunyai manfaat untuk Toraya Mamali yang telah terjual tanpa identitas yang jelas. Penulis berharap dengan adanya identitas visual yang baik, produk budaya asli Indonesia tersebut dapat memasuki pasar yang lebih luas agar mudah dijangkau maupun dikenali masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual untuk Toraja Mamali agar jelas dan dapat memasuki pasar yang lebih luas agar mudah dijangkau maupun dikenali masyarakat sehingga dapat mempengaruhi penjualan kopi Toraya Mamali?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dari Tugas Akhir ini adalah : Perancangan dan penelitian sampai dengan tercapainya hasil akhir, yaitu rancangan identitas visual seperti logo, *packaging,* dan *GSM* untuk kopi Toraya Mamali.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk merancang identitas visual untuk Toraya Mamali agar jelas dan dapat memasuki pasar yang lebih luas agar mudah dijangkau maupun dikenali masyarakat sehingga dapat mempengaruhi penjualan kopi Toraya Mamali.

Perancangan Identitas..., Yohanes Wira, FSD UMN, 2015

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari pembuatan Tugas Akhir ini, diantaranya:

1. Manfaat bagi penulis

   Dapat mempelajari masalah yang ada dan memberikan solusi, serta untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

2. Manfaat pihak Toraya Mamali

   Membuat identitas visual produk Toraya Mamali agar jelas dan dapat memasuki pasar yang lebih luas agar mudah dijangkau maupun dikenali masyarakat sehingga dapat mempengaruhi penjualan kopi Toraya Mamali.

3. Manfaat bagi Universitas.

   Untuk melihat penulis bagaimana penulis bisa menerapkan ilmu yang didapat di Universitas dan dapat menjadi referensi untuk mahasiswa yang menjalani Tugas Akhir.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam laporan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metodologi penelititian berupa riset kualitatif yang menurut Kasali (2008) berfokus kepada kata-kata dibanding angka. Cara mengumpulkan data yang akan dilakukan oleh penulis yaitu observasi lapangan serta wawancara dengan narasumber yang terkait. Selain data yang dikumpulkan sendiri, penulis juga akan mengumpulkan data sekunder, dengan cara studi pustaka, dimana penulis akan mencari data-data yang bisa mendasari dan menguatkan penulisan laporan ini nantinya, baik dari wujud fisik seperti buku atau jurnal, maupun bentuk elektronik seperti *e-book* atau internet.

Perancangan Identitas..., Yohanes Wira, FSD UMN, 2015

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan yang penulis akan buat secara umum meliputi:

1. Strategi Kreatif

Di proses awal ini, penulis melakukan perencanaan mengenai *keyword,* cara penyampaian pesan, testimoni, serta persuasi.

2. Brainstorming

Proses ini dilakukan demi memahami tujuan pembuatan tugas akhir, dengan cara melakukan *mind-mapping,* dilengkapi dengan data-data yang telah terkumpul.

3. Sketsa

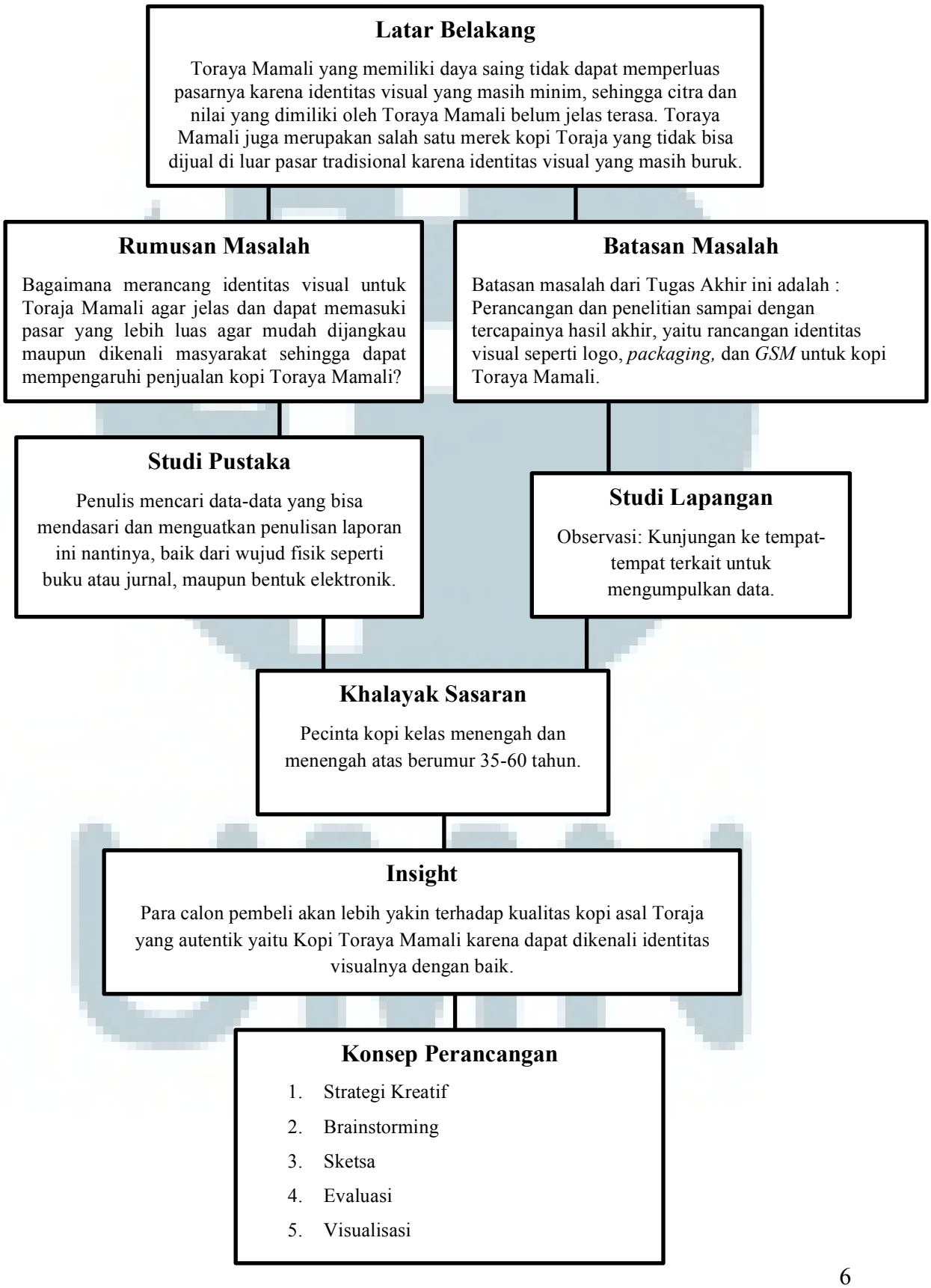
Penulis mulai membuat gambaran secara kasar mengenai ide-ide yang didapatkan pada tahap sebelumnya. Memakai metode morfologi matriks untuk membuat sketsa.

4. Evaluasi

Mempertimbangkan kembali apa yang telah didapatkan pada tahap-tahap selanjutnya untuk bisa mengetahui kesalahan atau kekurangan lain.

5. Visualisasi

Sketsa dilanjutkan dan dibuat ke dalam bentuk yang lebih matang, tidak hanya berbentuk gambaran secara kasar, bisa dilanjutkan dan diperbaiki jika ada kekurangan yang didapat pada proses evaluasi.

Perancangan Identitas..., Yohanes Wira, FSD UMN, 2015

1.8. Skematika Perancangan