



### **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.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Cadangan devisa negara pada akhir tahun 2017 dilaporkan terus mengalami peningkatan. Dalam artikel yang berjudul “Naik Lagi, Cadangan Devisa Indonesia Capai 131,98 Milliar Dollar AS”, Bank Indonesia (BI) menyampaikan bahwa cadangan devisa mencapai angka US\$ 130,2 M. Menteri Pariwisata Arief Yahya menyatakan bahwa sektor pariwisata ikut menjadi kontributor devisa negara dengan sumbangsih US\$17 miliar. Destinasi pariwisata yang paling diminati wisatawan mancanegara adalah Bali. Menurut laporan pemerintah (Kementerian Pariwisata Indonesia [Kemenpar], 2017), jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Bali mencapai 5,6 juta dari 14 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia terhitung hingga Desember 2017.

Munduk adalah salah satu nama desa di dataran tinggi Kabupaten Buleleng, Bali. Berada di ketinggian 800 meter di atas permukaan laut dengan suhu sekitar 22°C, membuat Munduk menjadi salah satu penghasil kopi terbaik di Bali. Selain terkenal akan komoditas kopinya, Munduk juga memiliki wisata alam yang menarik, yakni Danau Tamblingan dan Air Terjun Munduk. Jauh dari keramaian dan memiliki nuansa tenang serta asri, membuat Munduk menjadi salah satu pilihan destinasi berlibur di wilayah Bali Utara. Akomodasi atau penginapan di daerah Munduk pun menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal ataupun mancanegara karena pemandangan indah yang ditawarkan.

Munduk Moding Plantation (MMP) merupakan salah satu *resort* mewah di Munduk dengan pemandangan alam yang asri dan sejuk yang sudah berdiri sejak 2009. Didirikan oleh seorang warga berkebangsaan Belanda, Irene Roozen, bersama penduduk lokal, Gede Uliadnyana, di atas perkebunan kopi yang terabaikan seluas 6 hektar. Munduk Moding Plantation menerapkan konsep *sustainability*, di mana limbah air dan limbah organik akan melalui proses daur ulang ([www.mundukmodingplantation.com](http://www.mundukmodingplantation.com)). Selain itu, MMP juga tidak menggunakan plastik botol dan berusaha semaksimal mungkin untuk mengurangi penggunaan plastik. MMP telah meraih beberapa piagam penghargaan dan sertifikat, di antaranya sebagai “Luxury Eco Hotel” dari World Luxury Hotel Awards 2016, “Certificate of Excellence” dari Trip Advisor 5 tahun berturut-turut sejak 2011, telah disertifikasi oleh Green Globe, U.S.A., dan masih banyak lagi.

Dibandingkan dengan *resort* Bali bintang 4 lainnya, Munduk Moding Plantation masih memiliki tingkat *awareness* yang rendah. Hal tersebut berdasarkan pada hasil penelitian awal Penulis melalui penyebaran kuesioner *online* yang disebar ke Jabodetabek dan sekitarnya. 92% dari total 163 responden mengaku tidak mengetahui Munduk Moding Plantation. Sebanyak 79,7% responden menyatakan bahwa identitas visual suatu *brand* mempengaruhi pandangan dan hasil keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu jasa/produk dan 69,9% responden mengatakan logo Munduk Moding Plantation kurang merepresentasikan *branding* yang sudah ada. Identitas visual yang sudah ada juga hanya terbatas pada logo, tanpa mempertimbangkan pengaplikasian turunan grafis lainnya, seperti halnya pada *website* dan kemasan *toiletries* (sabun, *shampoo*, sikat

gigi, dsb.) Munduk Moding Plantation. Konsistensi dan keseragaman dalam membangun identitas visual *brand* itu sendiri dibutuhkan agar pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dengan jelas, kuat, dan efisien (Wheeler, 2009).

Berdasarkan permasalahan di atas, Penulis tertarik untuk mengangkat identitas visual Munduk Moding Plantation sebagai topik tugas akhir.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana agar perancangan *rebranding* Munduk Moding Plantation dapat mengkomunikasikan visi dan misi *brand* dengan baik?

### 1.3. Batasan Masalah

Untuk membatasi dan memberikan fokus yang jelas, berikut adalah beberapa batasan dalam perancangan tugas akhir ini:

1. Segmentasi:
  - a. Demografis: Laki-laki dan perempuan dalam usia produktif yakni 19-35 tahun, SES B sampai A
  - b. Geografis:
    - Primer: Untuk mengetahui tingkat *awareness*, penelitian akan dilakukan di Bali, wilayah padat wisatawan lokal maupun mancanegara
    - Sekunder: Penelitian akan dilakukan di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya untuk mengetahui *consumer behavior*

- c. Psikografis: Keluarga kecil, pasangan, atau dewasa muda yang mencari tempat berlibur jauh dari keramaian kota, pengguna aktif sosial media, pengikut tren, dengan hasrat keingintahuan besar dan mau mencoba hal baru

## 2. *Targeting:*

Target utama penelitian ini ialah laki-laki dan perempuan berusia 19-35 tahun, SES B sampai A, sedang berlibur atau tinggal di Bali dengan psikografis aktif bergerak/ yang memiliki mobilitas tinggi dan suka mengunjungi atau mengetahui objek-objek wisata di Bali. Sedangkan target sekunder penelitian ini adalah keluarga kecil, pasangan, atau dewasa muda berusia produktif di wilayah Jabodetabek, SES B sampai A, yang mencari tempat berlibur jauh dari keramaian kota, pengalaman baru, dan ketenangan di Bali.

3. Perancangan identitas visual meliputi perubahan logo dan *Graphic Standard Manual* yang baru.
4. Penerapan identitas visual yang baru pada media komunikasi, *marketing kit/* kolateral, hingga kemasan yang mengacu pada GSM. Identitas visual yang baru akan menjadi dasar perancangan bagi cabang perusahaan MMP, yakni Munduk Coffee dan Munduk Foundation.
5. Penulis akan membatasi daerah penelitian, yakni di wilayah Bali dan sekitar Jabodetabek.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan pembuatan Tugas Akhir ini untuk melakukan *rebranding* melalui perancangan *rebranding* visual Munduk Moding Plantation agar lebih konsisten dan mampu mengkomunikasikan potensi dan kualitas *brand* yang sudah ada.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Adapun manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis: Dengan adanya penelitian ini telah menjadi sumbangsih bagi wawasan dan pengetahuan penulis di bidang *branding*. Selain itu, penulis hendak mempelajari proses, metode, kebutuhan, dan kendala apa saja yang ditemui dalam melakukan sebuah perancangan, khususnya mengenai identitas visual sebuah *brand*. Kemampuan penulis dalam bersosialisasi juga kembali diasah karena bertemu banyak orang-orang baru, seperti narasumber dan responden.
2. Manfaat bagi Munduk Moding Plantation: Identitas visual yang mampu mengkomunikasikan *brand* akan meningkatkan *awareness* masyarakat, ekuitas *brand*, dan angka penjualan. *Brand* akan lebih mudah dikenali karena mempunyai persepsi yang lebih jelas.
3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara: Universitas mampu menjadikan penelitian ini sebagai sumber referensi dan informasi bagi mahasiswa lain yang menjumpai kasus serupa.