

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tengkawang (*Shorea spp.*) atau dikenal sebagai *Illipe* merupakan jenis tanaman endemik asal provinsi Kalimantan Barat. Termasuk dalam famili *Dipterocarpaceae*, tengkawang tumbuh dengan baik di bioma hutan hujan tropika (Winarni dkk., 2017, h. 237). Sebagai tanaman yang menjadi flora maskot dari Kalimantan Barat, tengkawang disebut sebagai pohon kehidupan oleh masyarakat suku dayak, yang pada zaman dahulu banyak menggunakan hampir seluruh bagian tanaman dari tengkawang yang bisa diambil manfaatnya untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya. Salah satu bagiannya yaitu hasil olahan minyak dari biji tengkawang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan, kosmetik, farmasi, serta sumber energi (Pahlevi, 2023, h. 34-35).

Kadar minyak nabati yang dihasilkan dari minyak biji tengkawang dinilai lebih tinggi dibandingkan kadar minyak nabati lain seperti *coconut oil* atau minyak kelapa (Hardjana dan Rayan, 2011, h. 62). Dalam penggunaannya secara tradisional, minyak tengkawang digunakan sebagai penyedap makanan dan campuran untuk obat-obatan. Dalam bidang industri, minyak tengkawang tempiras digunakan sebagai bahan kosmetik dan farmasi, pengganti lemak untuk produksi coklat, serta campuran dalam pembuatan margarin, sabun, lilin, dan pelumas (Winarni dkk., 2017, h. 237). Sebagai komoditas yang memiliki banyak manfaat, tengkawang memiliki potensi besar jika lebih banyak masyarakat yang menjadi bagian dari pasar lokal yang memiliki potensi untuk mengenali keunggulan dari tengkawang dan memaksimalkan potensi dari tengkawang tempiras. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan upaya pengenalan guna memaksimalkan potensi domestik yang dimiliki tengkawang (Sukaliman melalui Pahlevi, 2023, h. 34).

Salah satu upaya perusahaan atau organisasi yang merupakan produsen dalam mengenalkan tanaman tengkawang dilakukan dengan berpartisipasi dalam *event* atau pameran. Moedasir (2022) mengungkapkan bahwa pameran merupakan

tempat untuk saling bertukar informasi antara produsen dan pengunjung. Produsen dapat mengenalkan produk dan menjelaskan keunggulannya secara langsung kepada pengunjung yang belum tahu sama sekali, atau ingin tahu lebih banyak mengenai produk. Untuk mengenalkan tengkawang tempiras dan menjelaskan keunggulannya, perlu untuk memanfaatkan media yang dapat mendukung proses bertukar informasi dan bisa diakses dengan mudah.

Menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024, generasi Y atau milenial yang meliputi lingkup usia produsen dan pengunjung, menjadi salah satu kelompok usia terbesar yang menggunakan internet sebagai sumber untuk mencari sebuah informasi, sebanyak 30,62% dari total responden. Hal ini menunjukkan perilaku generasi Y atau milenial yang bergantung pada internet untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari. Pada kenyataannya, media informasi yang beredar masih bersifat tekstual dan ilmiah seperti dalam bentuk artikel, *blog*, atau jurnal riset. Media informasi dari tengkawang yang konten-kontennya mudah dipahami dengan kemudahan akses dan bentuk media yang berbasis visual belum ditemui di internet. Andhita (2021, h. 9) juga berpendapat bahwa media berbasis visual dapat meningkatkan daya tarik informasi, menjadikannya menarik untuk dibaca oleh pembacanya. Selain itu, media visual juga dapat memberikan penjelasan konteks dan detail dari informasi yang sulit dijabarkan secara tekstual.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut.

1. Dengan banyaknya manfaat, keunggulan, dan potensi yang dimiliki oleh tengkawang, sangat disayangkan bahwa tengkawang sebagai komoditas asli asal Indonesia belum diketahui secara luas oleh lingkup domestik sendiri.
2. Media informasi mengenai tengkawang yang ada dan yang beredar di internet masih bersifat tekstual dan ilmiah sehingga belum relevan dalam mengenalkan tengkawang tempiras bagi karyawan dari perusahaan

produsen tengkawang, serta pelaku bisnis dari produk berbahan dasar alami yang didominasi oleh generasi Y atau milenial.

Dari masalah umum dan masalah desain yang telah diuraikan, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut.

Bagaimana perancangan media informasi untuk mengenalkan kembali tengkawang tempiras beserta beragam manfaatnya?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan untuk karyawan dari perusahaan produsen tengkawang atau *illipe butter* selaku *user* yang menggunakan media untuk mengenalkan tengkawang tempiras, serta pelaku bisnis atau karyawan dari produk berbahan dasar alami selaku *user* yang dikenalkan mengenai *illipe butter* dan memiliki potensi untuk memanfaatkan *illipe butter* sebagai bahan dasar produk di masa yang akan datang. Dengan SES B-A, domisili di Jabodetabek, memiliki ketertarikan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan kelestarian lingkungan dan banyak menghabiskan waktu menggunakan media berbasis digital. Batas perancangan ini akan melingkupi desain media interaktif berupa *website* yang memberikan pengetahuan dasar dalam mengenalkan tengkawang tempiras beserta manfaat dan potensi yang dimilikinya, sebagai salah satu cara untuk memunculkan eksistensi tengkawang di pasar domestik dari tengkawang itu sendiri. Batasan masalah perancangan dituliskan sebagai berikut.

1. Media informasi berupa *website* yang memberikan pengetahuan dasar dalam mengenalkan manfaat dan potensi tengkawang tempiras.
2. Target dalam perancangan ini adalah jenis kelamin laki-laki dan perempuan, pekerja dan pelaku bisnis di rentan usia 25-38 tahun, pendidikan minimal S1, SES B-A, dan berdomisili di Jabodetabek.
3. Perancangan akan mengangkat topik mengenai pengetahuan umum tentang tengkawang tempiras beserta manfaat, sejarah, dan informasi perusahaan atau produsen yang menyediakan produk olahan tengkawang tempiras.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dalam tugas akhir ini adalah untuk merancang media informasi berupa *website* untuk mengenalkan kembali tengkawang tempiras kepada calon pengguna di kisaran usia 25-38 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan yang dilakukan memberikan manfaat bagi penulis, masyarakat, dan universitas seperti yang diuraikan di bawah ini.

1. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan akan jenis tanaman endemik asal Kalimantan Barat, yaitu tengkawang tempiras yang kaya akan manfaat dan potensi. Dengan menggunakan media visual yang aksesnya mudah, serta memiliki konten yang kredibel dan berbobot, sehingga dapat digunakan untuk mengenalkan kembali tengkawang tempiras dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang hendak dikembangkan media informasi lainnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat perancangan juga sebagai referensi mengenai perancangan *website* yang termasuk dalam salah satu pilar DKV yaitu Informasi, baik bagi dosen maupun peneliti lain di masa depan. Perancangan ini juga bermanfaat bagi mahasiswa lain yang ingin merancang *website* mengenai pengenalan flora endemik Indonesia, serta menjadi arsip universitas mengenai pelaksanaan Tugas Akhir.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A