

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Kerajinan logam perak ini ialah salah satu kerajinan logam yang sudah lama berkembang di Bali. Pada masa lalu seni kerajinan perak ini diperuntukkan menjadi alat-alat perlengkapan upacara agama Hindu dan peralatan untuk kebutuhan istana kerajaan. Bentuknya menekankan pada fungsi, kegunaan, menggunakan motif hias yang mengandung nilai simbolis, serta pula nilai estetis. Beberapa jenis produk kerajinan perak di masa tersebut yang diperuntukkan menjadi perlengkapan upacara agama Hindu merupakan sejenis kendi, guci, penastan, genta, sibuh, canting, saab, dulang, bokor dan sebagainya. Sementara itu, aneka macam jenis produk kerajinan sejenis giwang, badong, cucuk konde, cincin, anting-anting, danganan keris serta sebagainya adalah benda-benda yang bernilai sosial tinggi, sebab diperuntukkan terhadap raja-raja atau kaum bangsawan. Dengan demikian eksistensi benda-benda kerajinan perak pada masa lalu dibuat menjadi dedikasi, baik buat kepentingan spiritual maupun sosial.

Keberadaan kerajinan perak Bali seperti sekarang ini tidak terlepas dari dampak modernisasi, salah satunya ditransformasi melalui pariwisata. Pariwisata sangat berpengaruh terhadap perkembangan kerajinan perak Bali, hal ini bisa dipandang dari aspek bentuk, jenis, fungsi, juga maknanya bagi masyarakat. Kerajinan perak Bali menunjukkan bentuk dan jenisnya yang sangat beragam, memakai makna tidak hanya simbolis, akan tetapi juga makna estetis, ekonomis dan sosial budaya.

wilayah Badung merupakan salah satu sentra kerajinan perak yang relatif terkenal di Bali, dan telah banyak pula dikenal di mancanegara. perjuangan perak di wilayah ini biasanya berbentuk industri rumahan. salah satu usaha usaha industry kerajinan perak rumahan yang terdapat di wilayah Cangu, Badung ialah usaha kerajinan Kerakdinal. Produk unggulan Kerakdinal diantaranya: anting-anting, liontin, brose, gelang, kalung, tempat lilin, tempat tisu, dan banyak sekali bentuk cendramata (souvenir) untuk memenuhi kebutuhan pariwisata, baik domestik maupun asing. Produk kerajinan perak tersebut pada disain dengan memadukan unsur- unsur motif tradisional Bali yang sudah ada sebelumnya, dengan d menyerap unsur- unsur disain terkini, sehingga membentuk berbagai produk yang kreatif dan inovatif, yang mempunyai kekhasan tersendiri, sehingga mampu bersaing di pasaran, baik lokal, nasional, maupun dunia.

Sangat disayangkan kerakdinal ini belum memiliki media promosi untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat yang lebih luas, yang dimaksud media promosi itu seperti, logo, packaging/kemasan, katalog, brosur, video serta media promosi lainnya.

## 1.2 Rumusan masalah

Dari uraian latar belakang diatas bagaimanakah merancang media promosi yang menarik untuk memperkenalkan “KERAKDINAL” agar dikenal oleh masyarakat lokal ataupun mancanegara melalui berbagai macam platform media sosial saat ini?

## 1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya media komunikasi visual yang berkaitan dengan media promosi, maka pada proposal ini penulis/mahasiswa/perancang perlu memberikan batasan agar penanganan perancangan ini dapat terfokus dan penyelesaiannya tepat waktu:

- Perancangan ini akan mengenalkan usaha kerajinan perak tradisional “kerakdinal” secara lebih meluas, fokus pertama untuk perancangan ini yaitu dari kemasan dari produk perak “kerakdinal” berupa tas kain kecil, dan di tambahkan pembungkus kemasan berupa box, agar produk lebih terjaga, dan lebih bagus untuk bisa menarik konsumen.
- Selain mengenalkan kemasan usaha kerajinan perak tradisional “kerakdinal” ini secara lebih meluas, fokus kedua dengan merancang logo, dan media promosi berupa Brosur, Kartu Nama, Social Media Post (Feed IG), Stiker, *tote bag*, *T-shirt*, dan papan nama,

## 1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan perancangan ialah untuk merancang media promosi kerajinan perak tradisional “kerakdinal” canggu, badung.

## **1.5 Manfaat perancangan**

### **1.5.1 Bagi perusahaan**

Manfaat yang didapatkan “Kerakdinal” adalah merk dan usahanya mulai dikenal oleh kalangan masyarakat luas sebagai salah satu jasa perhiasan yang terdiri dari, anting-anting, liontin, bross, gelang, kalung, tempat lilin, tempat tisu, dan berbagai bentuk cendramata (souvenir) untuk memenuhi kebutuhan pariwisata, baik domestik maupun asing.

### **1.5.2 Bagi masyarakat/konsumen**

Masyarakat menjadi lebih mudah mendapat informasi baru tentang usaha kerajinan perak “Kerakdinal” Selain itu, dapat membantu keperluan masyarakat yang ingin membuat anting-anting, liontin, bross, gelang, kalung, tempat lilin, tempat tisu, dan berbagai bentuk cendramata (souvenir)

### **1.5.3 Bagi mahasiswa/desainer**

Mahasiswa mendapat pengalaman untuk mengasah ketrampilan dalam memecahkan masalah merancang media promosi untuk usaha kerajinan perak tradisional “Kerakdinal”. Dan juga sebagai persiapan diri untuk berpeluang usaha dan bersaing dengan perusahaan dan usahawan yang lainnya.

## **1.6 Sasaran/target perancangan**

Perancangan media promosi ini menyasar konsumen atau perusahaan yang ingin membuat anting-anting, liontin, bross, gelang, kalung, tempat lilin, tempat tisu, dan berbagai bentuk cendramata (souvenir) untuk memenuhi kebutuhan pariwisata, baik domestik maupun asing. Media promosi ini menyasar semua kelompok umur menengah ke atas, segala profesi, dan yang paling diutamakan

adalah perusahaan/hotel yang membutuhkan souvenir perak untuk mendukung dekorasi kantor perusahaannya.

### **1.7 Pengertian judul**

Istilah media berasal dari bahasa Latin yaitu medio. dalam bahasa Latin, media dimaknai sebagai antara. Media ialah bentuk jamak dari medium, yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Secara spesifik, istilah tersebut dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang dipergunakan untuk membawa informasi berasal satu sumber kepada penerima. (Bahri Djamarah dkk, 2006: 13).

menurut Hermawan Agus (2013: 38) promosi ialah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik hati konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

menurut Kusnadi (1986: 11) kerajinan ialah istilah harfiahnya dilahirkan oleh sifat rajin dari manusia. Dikatakan pula bahwa titik berat penghasilan atau pembuatan seni kerajinan bukan dikarenakan oleh sifat rajin (sebagai lawan dari sifat malas), namun lahir dari sifat terampil seseorang dalam membuat suatu produk kerajinan.

Keterampilan diperoleh dari pengalaman serta ketekunan dalam bekerja, sehingga dapat meningkatkan tehnik penggarapan suatu produk, kualitas kerja seseorang yang akhirnya mempunyai keahlian bahkan kemahiran dalam profesi tertentu.



Perancangan media promosi kemasan kerajinan perak tradisional “kerakdinal” canggu, badung ialah perancangan yang akan dilakukan untuk mempromosikan usaha kerajinan perak tradisional “kerakdinal”canggu,badung, yang berkaitan dengan media promosinya seperti logo, brosur, kartu nama, social media post, stiker, tote bag, t-shirt, serta papan nama.supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas baik yang terdapat di wilayah canggu,kuta utara, badung ,bali maupun pada luar kabupaten badung.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Perancangan**

Perancangan ialah suatu penggambaran, perencanaan serta pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Nafisah Syifaun, 2003: 2). berdasarkan Al-Bahra Bin Ladjamudin dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Sistem informasi (2005: 39) mengungkapkan bahwa perancangan merupakan suatu aktivitas yang mempunyai tujuan untuk mendesign sistem baru yang bisa merampungkan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.

#### **2.2 Media promosi**

Media promosi merupakan saluran penyampaian pesan komersial kepada khalayak target. Jenis media promosi yang dipergunakan terdapat dua yaitu yang pertama above the line contohnya iklan televisi, radio, koran, billboard, dan lain sebagainya, yang kedua below the line contohnya pameran, event. namun secara umum media promosi yang dipergunakan dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu media cetak, media elektronik, media luar ruangan, dan media lini bawah (Tijiptono Fandy, 1999: 240 – 247).

### 2.3 Desain Komunikasi Visual

Berdasarkan Widagdo (1993: 31) pada buku “Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman masyarakat global”, desain komunikasi visual pada pengertian terbaru merupakan desain yang didapatkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa bergerak maju, penuh motilitas, serta perubahan. Hal itu sebab peradaban dan ilmu pengetahuan terbaru memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait menggunakan sistem sosial dan ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi menjadi produk massal serta konsumsi massa.

Menurut T. Sutanto (2005: 15-16) pada buku “Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman masyarakat global”, desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang bisa dicerap orang banyak menggunakan pikiran maupun perasaannya. Rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana, yang mampu dipahami (diraba serta dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas.

Pada pandangan Sanyoto (2006: 8) dalam buku “Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman masyarakat global”, desain komunikasi visual mempunyai pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata.

Berdasarkan Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual bisa dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan persoalan (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk membentuk suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru (Tinarbuko,1998:66).



## 2.4 Unsur Dalam Desain Komunikasi Visual

- **Garis(line)**

Sebuah garis merupakan unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin menggunakan titik poin yang lain sehingga mampu berbentuk gambar garis lengkung (curve) atau lurus (straight). Garis merupakan unsur dasar untuk membentuk bentuk atau konstruksi desain. pada dalam dunia komunikasi visual tak jarang kita menggunakan dotted line, solid line, serta garis putus-putus.

- **Bentuk (shape)**

Bentuk merupakan segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang merupakan kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle). pada desain komunikasi visual akan mempelajari bentuk dasar serta bentuk turunan. sementara pada kategori sifatnya.

- **Tekstur (texture)**

Tekstur merupakan tampilan bagian atas (corak) dari suatu benda yang dapat dievaluasi menggunakan cara ditinjau atau diraba. yang pada prakteknya, tekstur tak jarang dikategorikan sebagai corak dari suatu bagian atas benda, contohnya permukaan karpet, baju, kulit kayu, cat dinding, cat canvas, dan lain sebagainya.

- **Ruang (space)**

Ruang merupakan jeda antara suatu bentuk menggunakan bentuk lainnya, pada praktek desain bisa dijadikan unsur untuk memberi efek keindahan desain dan dinamika desain grafis. menjadi contoh, tanpa ruang tidak akan

memahami mana istilah dan mana kalimat atau paragraf. Tanpa ruang tidak memahami mana yang wajib dilihat terlebih dahulu, kapan harus membaca serta kapan wajib berhenti sebentar. pada bentuk fisiknya pengidentifikasian ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu obyek (figure) dan latar belakang (background).

- **Ukuran (size)**

Ukuran merupakan unsur lain pada desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu obyek. Dengan menggunakan unsur ini dapat menciptakan perbedaan nyata dan penekanan (emphasis) pada obyek desain sehingga orang akan memahami mana yang akan dipandang atau dibaca terlebih dahulu.

- **Warna (colour)**

warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. karena menggunakan warna orang mampu menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas. pada prakteknya warna dibedakan menjadi dua: yaitu warna yang disebabkan karena sinar (Additive color/RGB) yang umumnya dipergunakan pada warna lampu, monitor, TV dan sebagainya, dan warna yang dirancang menggunakan unsur-unsur tinta atau cat (Subtractive color/CMYK) yang umumnya dipergunakan pada proses pencetakan gambar ke bagian atas benda padat seperti kertas, logam, kain atau plastik.

## 2.5 Kerajinan perak tradisional

“kerakdinal” ialah nama dari sebuah usaha kerajinan perak yang beralamat di Jln. Kayu tulang no 15A, kuta utara, canggu, badung, Bali. usaha kerajinan perak “kerakdinal” didirikan pada tanggal 5 maret 2018 oleh remaja yang bernama I Wayan Sandhi. Awal mulanya bedirinya usaha kerakdinal ini oleh I Wayan Sandhi yang belajar membuat kerajinan perak yang di pelajari olehnya, dari beliau duduk di bangku kelas 1 Sekolah Menengah Pertama seni ukir tangeb, dan terus beliau belajar mendalami kerajinan perak tersebut, sampai Sekolah Menengah kejuruan, dan dipada tahun awal Januari 2018, beliau mendapat kesempatan untuk mengikuti workshop wirausaha mikro menengah keatas yang di selenggarakan oleh usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) kabupaten badung ,bali, yang diikuti oleh 200 peserta workshop tersebut, yang berasal dari semua daerah kabupaten badung , akhirnya usaha yang diajukan yaitu kerakdinal tersebut berhasil lolos ke Jakarta serta mewakili lima usaha mikro menengah kabupaten badung, untuk mempelajari lebih dalam tentang berwirausaha di universitas prasetya mulia Jakarta, yang berlangsung selama 1 bulan lamanya, serta berhasil mendapatkan dana hibah sebanyak Rp.10,000,000,00 (sepuluh juta rupiah) yang keluar dana hibah tersebut bertepatan 5 maret 2018. Dana hibah itu langsung digukan oleh beliau untuk mengembangkan usahanya tersebut. Seiring berjalannya waktu dengan tekad yang kuat serta ketekunan yang di jalani oleh I made fika permana, usaha kerajinan perak ini terbukti memuaskan pelanggan-pelanggannya, sehingga terus berkembang hingga saat ini. Produk yang dijual perjuangan kerakdinal artinya banyak sekali jenis perhiasan, mirip kalung, cincin, subeng, anting-anting, dan lain sebagainya yang bersangkutan dengan perak ataupun emas untuk perhiasan dan aksesoris

pajangan di kantor-tempat kerja perusahaan seperti hotel, mebel, rektorat universitas, dan lain-lainnya.

