

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, keindahan alam, dan kesehatan mental, tanaman hias telah menjadi bagian penting dari kehidupan perkotaan dan bukan lagi sekadar elemen dekoratif di sekitar kita. Akibatnya, bisnis tanaman hias berkembang dengan cepat, menghadirkan pelaku industri dengan masalah baru dan peluang baru.

Seperti usaha tanaman hias “*Ari Panglipur*” yang dijalankan oleh Bapak Nengah Widiada. Usaha beliau termasuk masih baru, dan dimulai dikarenakan beliau sudah pensiun dari pekerjaan lamanya. Usaha tanaman hiasnya tidaklah berbeda dari usaha tanaman hias lainnya, namun karena masih baru, dan tempatnya dekat dengan perkotaan menjadikan saya memilihnya sebagai topik tugas akhir.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pemilik bisnis tanaman hias harus menggunakan strategi pemasaran yang inovatif dan efektif. Media promosi saat ini adalah bagian penting dari strategi pemasaran karena dapat meningkatkan penjualan, menciptakan citra merek, meningkatkan kesadaran publik, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah membuat desain Logo sebagai media utama yang tepat dan efektif untuk Usaha Tanaman Hias “*Ari Panglipur*”, Jalan Pulau Obi, Banyuning, Singaraja, Buleleng?
2. Bagaimanakah perancangan media promosi Usaha Tanaman Hias “*Ari Panglipur*”, Jalan Pulau Obi, Banyuning, Singaraja, Buleleng?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan ini akan fokus dalam membangun identitas usaha tanaman hias “*Ari Panglipur*”. Perancangan meliputi pembuatan Logo, Poster, Kartu Nama, *Totebag*, *T-Shirt*, Stiker, Brosur dan Papan Nama.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Membuat identitas visual untuk usaha tanaman hias
2. Memperluas jangkauan usaha tanaman hias

1.5. Manfaat Penelitian

1. Untuk usaha tanaman hias, yakni dapat meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan produk.
2. Untuk penulis, yakni dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya.
3. Untuk institusi, yakni memberikan tambahan dokumen untuk dijadikan referensi mahasiswa di masa mendatang.
4. Untuk masyarakat, yakni mendapatkan rekomendasi tempat penjualan tanaman hias baru yang dapat dipercaya, dengan informasi yang jelas.

1.6. Target Sasaran

Target atau sasaran adalah kalangan rumah tangga, namun berdasarkan hasil wawancara langsung dengan *owner* usaha, ada juga pembeli dari instansi pemerintah, seperti: sekolah dan kantor polisi.