

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Obyek Rancangan

Karangasem adalah sebuah kabupaten yang terletak di provinsi Bali, Indonesia. Kabupaten ini memiliki luas wilayah sekitar 5.632,86 kilometer persegi. Secara geografis, Karangasem terletak di bagian timur Pulau Bali dan memiliki pantai di sebelah timur, yaitu Laut Bali.

Keanekaragaman jenis ikan hias air tawar merupakan salah satu aspek keanekaragaman hayati Indonesia. Salah satu komoditas perikanan yang digunakan dalam budidaya perikanan, yaitu dalam usaha pemeliharaan adalah ikan hias air tawar. Industri ikan hias air tawar ini telah berkembang agak cepat dan memiliki kemungkinan ekonomi masa depan yang cerah. Sebagai ikan pajangan dengan warna yang memikat, ikan koi sangat populer sebagai hewan peliharaan dan tampaknya dikaitkan dengan Jepang. (Jurnal et al., 2022).

I Gede Yuda Eko Widnyana membuka perusahaan budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" pada 10 April 2019, di Jalan Raya Selumbang, Manggis, Karangasem. Perusahaan budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" awalnya hanya memproduksi ikan hias, tetapi karena permintaan konsumen yang luar biasa, akhirnya diperluas untuk mencakup pakan ikan, media filter air, dan obat ikan koi. Perusahaan budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" telah beroperasi selama sekitar 5 tahun.

Pemilik Dede Fish Farm terus mengandalkan rujukan dari mulut ke mulut dan penjualan media sosial online untuk penjualan. Perusahaan "Dede Fish Farm" di Desa Selumbang, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem menghadapi beberapa tantangan dalam mengembangkan dan memasarkan bisnis mereka. Ini termasuk pemasaran online yang kurang dimanfaatkan karena jaringan dan jangkauannya masih terbatas karena infrastruktur teknologi yang ketinggalan zaman dan akses internet yang lamban. atau tidak stabil dapat menjadi hambatan bagi upaya pemasaran online yang masih kurang efektif.

Satregi pengelolaan usaha budidaya ikan koi di Desa Selumbang Kecamatan Manggis Kabupaten Karangasem, dilakukan melalui sejumlah tahap, dimulai dengan tahap perencanaan, yang melibatkan pengaturan kolam dan pembuatan pakan ikan. Tahap pengelolaan usaha ikan koi dimulai dengan tahap pembenihan di kolam yang dibangun dengan batu bata dan terpal. Biasanya, peningkatan suhu air dan intensitas cahaya menandakan dimulainya proses kawin ikan koi, untuk menstimulasi hormon pemijahan.

Selain itu, pemberian pakan yang kaya nutrisi juga dapat memainkan peran penting dalam merangsang ikan koi untuk memulai proses pemijahan sehingga siap untuk dijual ke pembeli.

Dari pemaparan tersebut, menjelaskan bahwa betapa pentingnya bagi perusahaan budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" di Desa Selumbung, Karangasem, untuk merancang branding visualnya, mengingat pentingnya branding visual untuk bisnis. Ini melibatkan pembuatan logo yang akan memberi perusahaan identitas visual yang khas dan memungkinkan untuk mewakili bisnis perdagangannya. Perusahaan budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" di Desa Selumbung, Karangasem tidak hanya membuat logo perusahaan sebagai alat branding visual membutuhkan beberapa media pendukung untuk membangun sebuah visual branding seperti kartu nama, poster, kop surat, brosur, spanduk, tote bag dan feed ig. Dengan adanya media pendukung yang mencerminkan usaha peternakan ikan koi "Dede Fish Farm" supaya dikenal masyarakat luas. (Sudipa et al., 2022)

1.2 Identifikasi Masalah pada Objek Perancangan

Berdasarkan wawancara, diketahui bahwa pengusaha budidaya ikan Koi di Desa Selumbung, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem menghadapi tantangan dalam mengembangkan dan memasarkan usahanya. Salah satu tantangan tersebut adalah pemasaran online, yang belum sepenuhnya dimanfaatkan karena jaringan dan jangkauannya yang masih terbatas. Selanjutnya, berdasarkan temuan penelitian, diketahui juga bahwa mayoritas pengunjung hanyalah pembeli dari sekitarnya (Lokal).

1.3 Rumusan Masalah Perancangan

- 1) Bagaimanakah menciptakan identitas visual untuk branding promosi ikan koi Dede Fish Farm Karangasem untuk mewakili perusahaan dagangnya dan membuatnya dikenal oleh masyarakat yang lebih luas?
- 2) Bagaimanakah peran media pendukung, seperti kartu nama, media sosial, spanduk, brosur, poster, tote bag, dalam mendukung promosi identitas visual Dede Fish Farm dan berkontribusi pada interaksi positif dengan pelanggan dan audiens potensial?

1.4 Batasan Masalah

Agar usaha budidaya ikan koi "Dede Fish Farm" di Desa Selumbung, Karangasem, dikenal khalayak yang lebih luas, desain ini akan memperkenalkannya. Tujuan utamanya adalah untuk membuat logo bisnis yang akan mencerminkan operasi "Dede Fish Farm," karena logo membuat perusahaan lebih mudah dikenali oleh masyarakat umum dan memberikan identitas visual yang berbeda.

1.5 Tujuan Pembuatan Rancangan

Untuk merancang identitas visual dan media promosi yang menarik dan komunikatif bagi produk Dede Fish Farm agar dikenal oleh masyarakat secara meluas.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Pemilik Usaha

Manfaat bagi usaha Dede Fish Farm adalah merk dan usahanya mulai dikenal oleh kalangan masyarakat luas sebagai salah satu usaha jasa jual beli ikan koi.

2. Manfaat Bagi Pengembangan Keilmuan

Hasil dari tugas akhir ini dapat memperluas pemahaman civitas akademika, khususnya terkait visual branding usaha budidaya ikan koi "Peternakan Ikan Dede" di Desa Selumbung, Karangasem. Selain itu, tugas akhir ini dapat berfungsi sebagai model untuk tugas akademik visual branding khususnya usaha di peternakan.

3. Manfaat Bagi Masyarakat/Target Audiens

Masyarakat mendapat informasi baru tentang usaha Dede Fish Farm.

4. Manfaat Bagi Mahasiswa/ Desainer

Mahasiswa yang berperan sebagai desainer dapat mengasah ketrampilan dalam memecahkan masalah merancang identitas visual dan media promosi untuk usaha Dede Fish Farm.

1.7 Sasaran/target perancangan

Untuk pemasaran, ada dua cara untuk menjual ikan koi dalam hal pemasaran, secara khusus, menggunakan sistem offline dan online. Ini dapat dibuat tersedia untuk pemasaran internet di sejumlah saluran. Langkah awal pemasarannya sama seperti perusahaan pada umumnya, dimulai dengan media sosial dan pasar pada umumnya. Pembudidaya ikan koi biasanya sudah memiliki pasar sendiri. Beberapa pelanggan adalah pelanggan tetap atau pembeli lain yang mengunjungi showroom ikan koi secara langsung. Pemilik biasanya mengendarai mobil sewaan atau mobil mereka sendiri. Sementara itu, layanan pengiriman/paket biasanya digunakan untuk pemasaran dalam jumlah sedang. Salah satu komoditas pokok Indonesia adalah ikan koi karena memiliki banyak potensi, untuk alasan ini, pemerintah diharapkan juga berkontribusi pada upaya pemasarannya.