

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Ciamis adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang berbatasan dengan kabupaten Majalengka, kabupaten Kuningan, kabupaten Cilacap, kota Banjar, kota Tasikmalaya, dan kabupaten Tasikmalaya. Kabupaten Ciamis sendiri memiliki 30 kecamatan yang di bagi lagi atas desa dan kelurahan, sedangkan pusat pemerintahan di Kabupaten Ciamis berada di Ciamis kota. Selain itu Ciamis juga merupakan kota yang berada di jalur perlintasan, Bandung – Jogjakarta - Surabaya. Kebanyakan turis lokal yang melintas kurang memperhatikan keberadaan kota Ciamis karena tidak adanya ciri khas yang di berikan dari kota tersebut. Baik dari makanan dan oleh – oleh kota tersebut.

Galendo adalah salah satu makanan khas kota Ciamis yang sudah ada sejak tahun 1960. Sejak dahulu Galendo diproduksi secara *Home industry* untuk di konsumsi pribadi dan tidak untuk di perjual belikan. Makanan ini terbuat dari santan kelapa yang di olah dan di padatkan melalui beberapa proses pembuatan, yang tidak semua orang dapat membuat makanan tradisional kota Ciamis tersebut. Dari kelapa untuk memproduksi Galendo biasa di hasilkan beberapa macam produk lainnya, antara lain Wong Coco, VCO (Virgin Coconut Oil) yang juga bisa di gunakan untuk memasak. Pada jaman dahulu, masyarakat desa di kabupaten Ciamis memasak menggunakan VCO tersebut atau nama lainnya adalah minyak lentik, sedangkan untuk ampas dari kelapa yang sudah tidak terpakai bisa di gunakan sebagai pakan ikan. Untuk harga Galendo biasanya berkisar antara Rp10.000 sampai Rp 17.000 untuk semua merek Galendo yang ada di kota Ciamis.

Salah satu Galendo yang alami dan gurih adalah Galendo merek “KUSUKA”. Karena Galendo ini dibuat tanpa menggunakan bahan pengawet. oleh karena itu Galendo merek “KUSUKA” tidak boleh hilang begitu saja dan harus lebih di

promosikan lagi. Selama ini Promosi yang di lakukan oleh Galendo merek “KUSUKA” masih sangatlah kurang, karena selama ini promosi hanya dari mulut ke mulut saja dan tidak melakukan media promosi. Sedangkan untuk penjualan Galendo merek KUSUKA, hanya di sekitar kota Ciamis dan Banjar karena keterbatasan dana yang ada. Selain dari kurangnya promosi, media visualisasi yang seadanya membuat kemasan dari produk tersebut menjadi kurang menarik dan terlihat kusam. Contohnya pada penggunaan warna yang kurang menarik, *typography* yang tidak konsisten, dan tidak memiliki logo yang jelas. Sangat di sayangkan, mengingat Galendo merek “KUSUKA” memiliki potensi untuk maju. Selain itu juga jika Galendo merek KUSUKA di kenal oleh masyarakat di luar kota Ciamis, Maka kota Ciamis akan lebih di kenal oleh orang.

Pemmasalahan dan ruang lingkup

1.2.1 Permasalahan

1. Kemasan Galendo merek KUSUKA sulit untuk diingat oleh *target audience*
2. Merek KUSUKA sudah merekat dimasyarakat brand kemasan keripik singkong
3. Kemasan Galendo merek KUSUKA sangat tidak efektif

1.22 Ruang Lingkup

1. Area dari promosi mencakup skala Jawa barat
2. Target audience adalah orang dewasa usia 20 tahun ke atas
3. Media visual yang akan di gunakan berupa *Redesain* nama logo, warna, *typography*, dan kemasan yang kurang menarik

1.3 Tujuan Perancangan

1. Membuat brand yang kuat sehingga mudah diingat.
2. Membuat redesain untuk kemasan KUSUKA
3. Pemilihan nama COMOT untuk menggantikan KUSUKA
4. Membuat kemasan yang menarik dan mudah diterima masyarakat

1.4 Sumber Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber Data

Sumber Data yang di gunakan penulis adalah :

1.4.1.1 Data Primer

Adalah data yang di ambil dari sumber data secara langsung yaitu wawancara langsung dengan pembuat Galendo, membuat kuisisioner, dan observasi lapangan pada tempat penjualan Galendo di Ciamis.

1.4.1.2 Data Sekunder

Adalah data yang di ambil tidak dari sumber langsung asli, yaitu data yang di peroleh dari buku,suatu dokumen,internet,majalah,dan jurnal yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Penulis menggunakan media internet dan fakta lapangan.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang di lakukan penulis :

1.4.2.1 Observasi

Spesifikasi teknik yang di gunakan adalah observasi partisipasi pasif. Penulis hanya mengamati apa saja yang dikerjakan oleh pegawai pembuat Galendo,bagaimana car penjualan, promosi apa saja yang ada, dan lain-lain.namun tidak terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Penulis juga melakukan observasi di lapangan untuk mengumpulkan fakta dan data.

1.4.2.2 Wawancara

Melalui wawancara penulis dapat mengetahui bagaimana cara pembuatan Galendo mendapat data serta informasi yang di butuhkan untuk membuat desain dan promosi.

1.4.2.3 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data melalui internet dan buku.

1.5 Skema Perancangan

