

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kayu merupakan salah satu bagian dari kekayaan alam yang tercipta dari hasil tetumbuhan hutan. Kayu sering kali dipakai sebagai bahan untuk membuat suatu barang tertentu dengan memanfaatkan berbagai keterampilan serta alat pendukung dalam pembuatannya, selain bahannya yang mudah ditemukan kayu mempunyai sifat yang mudah untuk diproses dalam pembentukannya menjadi suatu barang. Bahan material kayu biasanya didapat dari bagian hasil pemungutan pepohonan hutan, yang dipilih hanya beberapa bagian yang mampu dapat dimanfaatkan untuk dijadikan suatu barang atau produk yang bernilai jual (Dumanauw.J.F, 1990).

Beberapa periode masyarakat umum sudah banyak mengenal kayu sebagai salah satu bahan konstruksi bangunan yang sering dipergunakan sebagai rangka sebuah rumah dari pengelolannya, selain itu olahan kayu banyak dipergunakan juga sebagai bahan dasar dari pembuatan meja, kursi, lemari, dan kebutuhan seni sebagai penunjang dan pelengkap sebuah ruangan. Di Indonesia banyak sekali jenis kayu dengan berbagai macam pepohonan yang menghasilkan sifat dan tekstur yang berbeda-beda, seperti salah satu contohnya kayu pinus yang memiliki warna cerah alami pada tektur serat kayunya, hingga dapat menimbulkan kesan elegan dari olahannya.

Saat ini di Indonesia khususnya di Kota Bandung sudah banyak bermunculan pengrajin kayu dari keterampilan tangan dan kreativitasnya masing-masing untuk dapat mengolahnya menjadi sebuah produk yang bernilai jual. Karena seiring perkembangan olahan kayu sudah dianggap menjadi salah satu kebutuhan sekunder di beberapa kalangan masyarakat umum, untuk digunakan sebagaimana fungsi dan estetikanya. Salah satunya olahan dari kayu pinus yang begitu banyak diminati oleh masyarakat umum, biasanya untuk kebutuhan interior, *furniture*, *packaging*, aksesoris, dan kebutuhan lainnya. Contohnya seperti *furniture* yang terkenal dengan sebutan mebel atau perabotan rumah, sudah menjadi salah satu kebutuhan penting penunjang perlengkapan rumah, kantor, sekolah, kampus, dan lain-lain. Karena dirasa dapat memperindah dan melengkapi interior sebuah ruangan agar terlihat lebih menarik meliputi fungsi dan penggunaannya. Olahan kayu pinus dapat

menjadi berbagai macam bentuk yang beragam, serta dapat dibuat dengan berbagai macam material tertentu dalam pengelolannya, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar atau permintaan. Kayu pinus banyak digemari oleh pengrajin kayu untuk diolah menjadi sebuah produk, karna bahan bakunya yang mudah didapat, kayu pinus pun mempunyai sifat lunak, memudahkan jika dibuat menjadi berbagai macam bentuk.

Melihat meningkatnya perkembangan kebutuhan masyarakat umum akan penggunaan atau olahan kayu pinus, Grofwood hadir sebagai pengrajin industri kreatif rumahan yang bergerak dibidang (*hand crafting*) kerajinan tangan berbahan dasar dari kayu pinus. Banyak produk yang sudah Grofwood buat, mulai dari kerajinan tangan seperti *merchandise*, *packaging*, *furniture* dan kebutuhan akan interior. Namun pada saat ini Grofwood hanya berfokus pada salah satu produk kotak kayu (*packaging*) dibandingkan dengan produk lainnya, karena terbatas oleh pasar yang sudah ada. Upaya yang dilakukan Grofwood hanya menyebarkan informasi mengenai produknya saja melalui media sosial Instagram dan facebook, serta dari mulut ke mulut pada calon konsumennya. Padahal Grofwood memiliki keunggulan utama yang tidak diinformasikan dari pemasarannya, yaitu mengenai segi pelayanan optimal yang berpeluang dapat membuat kepercayaan lebih dibenak hati konsumen.

Dari visi “Recycle wood to upcycle life” menjelaskan bahwa Grofwood mendaur ulang kayu pinus bekas untuk dimanfaatkan kembali menjadi sebuah produk yang bernilai jual, dengan bertujuan agar dapat meningkatkan taraf siklus kehidupan. Selain itu juga secara tidak langsung Grofwood turut andil membantu mengurangi pembabatan pepohonan hutan pinus, untuk membangun ekosistem dengan saling berkaitan dari pemanfaatannya.

Maka dari itu Grofwood menerapkan sistem kolaborasi untuk dapat meraih pencapaian dari visi “Recycle wood to upcycle life” dengan berbagai kelompok atau individu terkait. Grofwood berusaha menjalin hubungan baik dengan konsumen, produsen dibidang serupa dan produsen dibidang lain, agar dapat bersinergi satu sama lain untuk mencapai sesuatu yang sama-sama diharapkan.

Grofwood membuat program workshop, dengan memberikan pelatihan mengenai ilmu pengetahuan serta keterampilan mengolah limbah kayu pinus bekas hingga dapat dijadikan sebuah produk yang bernilai jual, dengan bertujuan agar setiap orang yang mendapatkan manfaatnya dapat memulai suatu usaha dagang yang serupa untuk meningkatkan siklus taraf kehidupan.

Grofwood memiliki keunggulan dari pelayanan optimal yang diberikan bagi para konsumennya, mulai dari menerima permintaan kustom untuk setiap pembuatan produknya. Konsumen dapat mengkonsultasikan mengenai konsep, material, ukuran, harga, proses, serta *finishing*nya, agar Grofwood dapat mengarahkan serta memberikan pilihan yang tepat sesuai dengan permintaan konsumen. Karena misi dari Grofwood sendiri ialah membuat konsumen merasa puas dan bangga dengan hasil produk yang dibuat oleh Grofwood sesuai ekspektasinya, hingga dapat menimbulkan kedekatan secara personal antara produsen dan konsumen.

Namun dengan keunggulan yang dimilikinya, Grofwood saat ini belum begitu dikenal oleh masyarakat luas, karena belum optimalnya dalam melakukan promosi pemasaran untuk dapat mencakup pada kebutuhan masyarakat. Maka dari itu Grofwood perlu melakukan promosi yang tepat untuk mengenalkan *brand image* Grofwood pada masyarakat.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Tidak optimalnya Grofwood dalam melakukan promosi, menjadi salah satu faktor Grofwood belum dapat dikenal masyarakat luas.
- Upaya pemasaran yang sudah dilakukan Grofwood hanya menyebarkan informasi mengenai produknya saja melalui instagram, facebook dan dari mulut ke mulut, dirasa kurang efisien untuk mencakup pada kebutuhan masyarakat.
- Grofwood saat ini lebih fokus memproduksi kotak kayu (*packaging*) dibandingkan dengan produk lainnya, karena terbatas dengan pasar yang sudah ada.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah pada Grofwood yang dipaparkan diatas, dapat ditemukan suatu rumusan masalah sebagai berikut:

- Sebagai salah satu pelaku pengrajin kayu pinus di kota Bandung, keberadaan Grofwood belum begitu dikenal. Bagaimana cara agar Grofwood dapat dikenal oleh masyarakat ?

I.4 Batasan Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah, terdapat batasan masalah yang ada untuk membatasi persoalan agar tidak meluas dan jauh dari sasaran, yaitu:

- Batasan objek dalam perancangan ini difokuskan pada informasi mengenai *brand* (merek), produk, pelayanan, dan pemasaran Grofwood, agar tidak meluas pada pembahasan lainnya.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan bahasan masalah, maka dapat dikemukakan tujuan dan manfaat perancangan sebagai berikut:

I.5.1 Tujuan Perancangan

- Untuk membangun (*brand awareness*) Grofwood akan potensi yang dimilikinya dengan cara melakukan promosi yang tepat agar dapat dikenal oleh masyarakat.

I.5.2 Manfaat Perancangan

- Memanfaatkan keilmuan desain komunikasi visual mengenai pentingnya sebuah promosi, karena dengan promosi yang tepat suatu *brand* (merek) mampu bersaing dengan kompetitornya.
- Agar dapat membantu *stakeholder* melakukan promosi yang tepat dengan mengenalkan *brand image* pada masyarakat luas.
- Dapat memberikan ilmu yang bermanfaat untuk masyarakat umum mengenai pentingnya sebuah promosi dalam memasarkan sebuah produk dari usaha dagangannya.