

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, tanah yang subur merupakan kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai lahan pertanian dan perkebunan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2004 Tentang Perkebunan, Bab I pasal 1 nomor 1, Perkebunan adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat (Situs Resmi BPKP, 2020).

Tembakau adalah tanaman yang tergolong sebagai tanaman perkebunan dan masuk dalam kelompok tanaman semusim (Badan Pusat Statistik, 2020). Tembakau merupakan salah satu hasil industri sektor strategis domestik yang memiliki daya saing tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi Industri Hasil Tembakau (IHT) merupakan industri unggulan setelah makanan dan minuman khususnya di Indonesia. Berdasarkan data Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Tembakau Direktorat Jenderal Perkebunan (2017), luas areal dan produksi tembakau tahun 2017 dari golongan Perkebunan Rakyat/*Smallholder*, Perkebunan Besar Negara/*Government*, Perkebunan Besar Swasta/*Private* yaitu seluas 206.514 Ha dengan total produksi mencapai 198.296 Ton. Mayoritas luas lahan tembakau dikuasai dan dibudidayakan sepenuhnya oleh perkebunan rakyat yaitu sebesar 205.608 Ha dan jumlah produksi hingga 206.514 Ton (Sandra Utami, 2020). Sumbangan yang diberikan sebagai kebudayaan lokal yang membuat banyak lahan ketenagakerjaan, pendapatan Negara yang sangat besar melalui cukai tembakau setelah itu menjadikan pendapatan penting bagi petani dari hasil perkebunan yang berupa tembakau. Perjalanan industri tembakau ini telah menjadi sejarah dan menjadi budaya masyarakat Indonesia terutama pada rokok kretek yang merupakan warisan turun-temurun di Indonesia (Kemenperin, 2017).

PT. Taru Martani merupakan perusahaan pengolahan tembakau Internasional, kepemilikannya berada di bawah Pemerintah Provinsi Yogyakarta. PT. Taru Martani memproduksi produk tembakau dan cerutu, dengan merk dagang yaitu Adipati, Countryman, Deluxe, Luxury, Mundi Victor, Virgin Royal, Superior, Senator, Ramayana, Violin dan Supreme (Products – Taru Martani 1918, 2020). PT. Taru Martani berdiri sejak Tahun 1918, awalnya bernama N. V. Negresco (Company History - Taru Martani 1918, 2020). PT. Taru Martani merupakan perusahaan pengolahan tembakau dan cerutu yang memiliki kualitas tinggi, juga sebagai perusahaan negara yang maju dan dapat bertahan hingga hari ini. PT. Taru Martani sebagai perusahaan nasional berkelas Internasional sudah memiliki halaman web perusahaan, akan tetapi halaman web perusahaan yang ada kurang menarik, informasi mengenai perusahaan dan produk masih minim, dan memiliki menu yang terbatas. Taru Martani lebih dikenal sebagai objek wisata tetapi kurang dikenal sebagai perusahaan cerutu. sebagai perusahaan negara yang memiliki performa yang bagus, sangat disayangkan apabila tidak dikenal oleh masyarakat luas.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka ditemukan masalah yang muncul yaitu sebagai berikut:

- Halaman web perusahaan <https://www.cigarindonesia.id> yang ada kurang menarik, informasi mengenai perusahaan dan produk masih minim, dan memiliki menu yang terbatas. Taru Martani lebih dikenal sebagai objek wisata tetapi kurang dikenal sebagai perusahaan cerutu.
- Pada halaman web <https://www.cigarindonesia.id> banyak konten yang harusnya bisa ditekan tetapi kembali lagi ke halaman home pada web.
- Pada halaman web PT. Taru Martani yaitu <https://www.cigarindonesia.id> kurang mencantumkan informasi tentang link penjualan produk perusahaan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah pada latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

Bagaimana memberikan informasi mengenai perusahaan PT. Tarumartani dan produknya melalui halaman web untuk khalayak?

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada objek penelitian yaitu PT. Taru Martani, permasalahan yang berkaitan dengan profil dan informasi mengenai perusahaan. Lokasi penelitian dilakukan di Yogyakarta, waktu penelitian dibatasi pada bulan September 2020 hingga Februari 2021.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan yang sudah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini dirancang adalah sebagai berikut:

- Merancang website PT. Taru Martani yang mudah dimengerti bagi masyarakat.
- Memberikan informasi melalui halaman web kepada masyarakat tentang PT. Taru Martani
- Halaman web yang dibuat digunakan untuk menonjolkan PT. Taru Martani

I.5.1 Manfaat Perancangan

Berdasarkan yang sudah dirumuskan di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan tambahan pengetahuan mengenai informasi perusahaan milik negara dan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan mengenai produk perusahaan.
- Dapat dijadikan rujukan baik untuk perusahaan serupa ataupun akademisi perusahaan terkait dalam membuat informasi melalui metode Desain Komunikasi Visual yang dapat digunakan sebagai acuan perancangan.