

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Provinsi Bali merupakan salah satu wilayah tujuan wisata dengan jumlah kedatangan wisatawan yang cukup tinggi, baik dari wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tercatat sebanyak 478.198 kunjungan wisatawan asing pada bulan Juni tahun 2023. Angka tersebut naik 8,81 persen dari bulan Mei tahun 2023 (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2023). Sedangkan berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali, kunjungan wisatawan domestik tercatat sebanyak 883.793 kunjungan (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2023). Melihat jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat, banyak perusahaan oleh-oleh yang berkembang di daerah sekitar objek wisata tersebut, seperti di daerah Kabupaten Badung seperti Kuta, Jimbaran dan Nusa Dua, Kota Denpasar, hingga Kabupaten Gianyar.

Selain terkenal dengan wisata alam yang menarik, di Pulau Bali juga terkenal dengan corak budayanya yang unik. Corak budayanya dapat ditemukan di kegiatan keagamaan, adat istiadat, tari-tarian hingga kehidupan bermasyarakatnya. Budaya tersebut menjadi pembentuk identitas kelokalan Bali yang khas. Bali memang sangat menonjolkan budayanya dalam bidang apapun. Maka dapat dilihat, unsur lokal sangat melekat pada kehidupan sehari-hari masyarakat Bali.

Sektor pariwisata di Bali kembali bangkit setelah sempat terpuruk karena wabah Covid-19. Semenjak itu, bangkitnya perekonomian di Provinsi Bali didorong oleh sektor pariwisata salah satunya melalui industri oleh-oleh (Putra, 2023). Hal tersebut dapat diketahui dari data kunjungan wisatawan yang semakin meningkat. Perusahaan oleh-oleh yang menjual produknya melalui toko oleh-oleh biasanya hadir di sekitar lokasi wisata dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan cinderamata bagi wisatawan. Produk oleh-oleh yang dijual dijadikan kenang-

kenangan dari daerah atau lokasi wisata tersebut (Widyastuti et al, 2022). Jenis oleh-oleh sangatlah beragam, dan biasanya dijual dalam sebuah tempat yang disebut toko oleh-oleh. Toko oleh-oleh merupakan bagian dari industri oleh-oleh yang di dalamnya banyak menyediakan jenis oleh-oleh atau produk khas sebuah daerah yang dapat dijadikan buah tangan dan dijadikan kenang-kenangan (Asdani, 2020). Di kalangan wisatawan, toko oleh-oleh dapat menjadi sebuah lokasi untuk membeli berbagai macam produk oleh-oleh yang diinginkan. Oleh-oleh tersebut juga sebagai kenang-kenangan tentang pengalaman wisatawan tersebut ketika berkunjung ke sebuah daerah. Melalui oleh-oleh pun, budaya dan unsur lokal sebuah daerah juga dapat diperkenalkan kepada wisatawan.

Bali memiliki perusahaan oleh-oleh yang tersebar hampir di seluruh tempat wisata. Beberapa perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali yang cukup populer adalah Krisna, The Keranjang Bali, Agung Bali, Dewata, serta masih banyak perusahaan oleh-oleh lainnya. Perusahaan oleh-oleh tersebut umumnya menjual berbagai macam produk oleh-oleh yang dibuat oleh para pengrajin dari berbagai daerah di Bali. Produk-produk khas Bali yang dijual diantaranya adalah, Baju Barong, Kain Bali, Kebaya Bali, Batik Bali, Udeng, Perhiasan Perak, Ukiran, Sandal jepit dengan manik-manik, mukena Bali, Lukisan, Gelang, Arak Bali, Brem Bali, Salak Bali, Dodol Bali, Kopi Bali, Kacang Koro, Pie Susu, Tas Rotan, Produk Spa, Bumbu Masakan, Pahatan Batu, Ukiran Kayu, dan sebagainya.

Wisatawan yang datang ke sebuah daerah dan ingin membeli kenang-kenangan berupa produk oleh-oleh, umumnya akan membelinya di toko oleh-oleh yang sudah populer dan banyak direkomendasikan. Mengingat bahwa ketika toko oleh-oleh sudah menjadi populer dan banyak direkomendasikan, maka publik akan menilai bahwa toko tersebut adalah pilihan yang terbaik dan sudah teruji mutu dan kualitasnya. Toko oleh-oleh yang populer tersebut biasanya direkomendasikan dari kerabat, situs internet, sosial media, serta rekomendasi dari agen travel. Dengan membeli oleh-oleh di toko yang sudah populer dan sangat direkomendasikan, akan menimbulkan kesan tersendiri bagi wisatawan. Bagi wisatawan, berbelanja di toko oleh-oleh yang populer menjadi suatu kebanggaan bagi wisatawan, karena

kepopuleran juga dapat menumbuhkan citra perusahaan oleh-oleh tersebut di benak wisatawan.

Kepopuleran toko oleh-oleh khususnya di Provinsi Bali tak lepas dari identitas visual atau logo yang digunakan. Sebuah perusahaan oleh-oleh tentunya harus memiliki sesuatu yang dapat melekat dalam benak konsumennya, sesuatu yang dapat dikenali, dipahami dan diingat dengan mudah. Logo juga berfungsi sebagai sesuatu yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan kompetitor. Penggunaan logo sebagai sarana identifikasi serta dapat membentuk dan menumbuhkan citra perusahaan di benak konsumen. Melalui citra tersebut sebuah logo dapat menjadi pertimbangan publik dalam memilih toko oleh-oleh untuk berbelanja produk oleh-oleh yang diinginkan (Kasmana, 2010). Dengan kata lain, logo berperan penting dalam kepopuleran perusahaan oleh-oleh. Karena melalui logo, identitas sebuah perusahaan oleh-oleh akan dilihat, dikenali bahkan diingat oleh publik sebagai perusahaan oleh-oleh yang populer dan dapat membedakannya dengan perusahaan oleh-oleh lainnya. Hal ini bisa menjadi strategi untuk meningkatkan *brand awareness* di benak konsumen. Seorang konsumen yang memiliki *brand awareness* yang lebih tinggi maka akan lebih condong untuk mengingat dan dapat membedakan merek (Adiwijaya, et al, 2021).

Selain sebagai penyampai nilai perusahaan, sebuah logo juga dapat digunakan sebagai penarik minat konsumen, bila perusahaannya adalah perusahaan oleh-oleh maka hendaknya logo yang digunakan dapat berupa gambar produk oleh-oleh yang dijual atau memunculkan sesuatu yang khas secara visual dari daerah tersebut dengan menggunakan kearifan lokal yang ada, maka akan menjadi sebuah hal yang menarik. Konsumen pun akan langsung mengetahui bahwa perusahaan oleh-oleh tersebut berasal dari sebuah daerah (Januariansyah, 2018). Begitupun di Provinsi Bali yang kaya akan kebudayaan yang dimiliki. Hal ini pun dimuat dalam Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Penguatan dan Pemajuan Kebudayaan Bali pasal 19, diterangkan bahwa pemanfaatan objek pemajuan kebudayaan dapat dilakukan melalui kegiatan sosial-ekonomi. Maka penggunaan

identitas Bali sebagai wujud pemajuan kebudayaan dalam elemen visual logo perusahaan pun perlu dilakukan terlebih untuk perusahaan oleh-oleh.

Selain itu, saat ini sebagian besar perusahaan oleh-oleh khususnya di Provinsi Bali sudah menggunakan logo sebagai identitas perusahaannya dengan berbagai gaya visual yang digunakan. Logo tersebut juga berfungsi untuk membedakan oleh-oleh satu dengan yang lainnya dengan memiliki gaya visual yang khas dengan tampilan yang menarik. Namun belum diketahui apakah perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali menggunakan unsur lokal dalam elemen visual dalam logonya. Penelitian yang membahas logo sudah banyak dilakukan. Adapun penelitian tersebut membahas mengenai “Analisis Logo, Proses Kreatif dan Pengaruh Filosofi Pada Penerapan Konsep Logo” oleh Azwar Aditya Putra, Adi Kusuma Widya Tama dan Hamonangan Oktavianus Simbolon. Penelitian tersebut membahas bahwa di dalam logo harus mengandung visi dan misi, kemudian harus ditempatkan pada posisi yang tepat. Penelitian lainnya berjudul “Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo” yang ditulis oleh Made Arini Hanindharputri dan A.A Sagung Intan Pradnyanita yang membahas mengenai elemen-elemen visual yang membentuk kekuatan sebuah logo. Kemudian penelitian yang berjudul “Mendesain Logo” oleh Abdul Azis Said yang membahas mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain logo.

Maka melihat fenomena tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai logo pada perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali sebagaimana hal tersebut juga berkaitan dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Penguatan Dan Pemajuan Kebudayaan Bali serta untuk mengetahui penggunaan elemen visual yang digunakan pada logo tersebut dan mengidentifikasi elemen identitas Bali dalam elemen visual logonya. Penelitian mengenai elemen identitas Bali pada logo perusahaan oleh-oleh terutama di Provinsi Bali belum pernah dilakukan, sehingga penelitian terhadap logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali penting untuk dilakukan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka diketahui identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Penggunaan identitas Bali pada logo perusahaan sebagai pemanfaatan di kegiatan sosial-ekonomi dari Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Penguatan Dan Pemajuan Kebudayaan Bali pasal 19, sebagai upaya meningkatkan ketahanan budaya dan kontribusi budaya Bali di tengah peradaban dunia.
- 2) Belum adanya penelitian mengenai analisis elemen visual logo oleh-oleh di Provinsi Bali.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka diketahui rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana penggunaan elemen visual logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali?
- 2) Apakah identitas Bali ditemukan dalam elemen visual logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali seperti yang tercantum pada Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Penguatan Dan Pemajuan Kebudayaan Bali pasal 19?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengklasifikasikan logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali dan menganalisis elemen visual pada logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali yang ditinjau dari sudut pandang desain komunikasi visual.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua aspek,

- 1) Manfaat teoritis
Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi pengembangan ilmu bagi bidang desain komunikasi visual khususnya pada logo sebagai salah satu

elemen *corporate identity* sebagai sumber pembelajaran dan informasi terlebih untuk perusahaan oleh-oleh khas daerah.

2) Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini menjadi rujukan bagi praktisi logo, akademisi serta pelaku usaha oleh-oleh terkait pentingnya penggunaan identitas budaya lokal pada identitas perusahaan oleh-oleh khususnya pada logo perusahaan.

I.6 Pembatasan Masalah

Berikut merupakan pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Objek yang diteliti adalah logo dari perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali yang di dalamnya menjual segala produk-produk cinderamata khas Bali secara umum.
2. Fokus penelitian ini yaitu pada elemen visual pada logo-logo perusahaan tersebut.

I.7 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian di bidang desain, khususnya pada bidang logo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan, menjelaskan hasil deskripsi berdasarkan data dan memvalidasi keakuratan hasil temuan penelitian. Untuk mengerti fenomena kunci ini, penulis mewawancarai pihak ahli logo dengan mengajukan pertanyaan terkait tentang logo dan kaitannya dengan identitas lokal di dalam logo tersebut. Kemudian informasi dan data yang diperoleh dari pihak ahli logo tersebut akan dianalisis dan hasilnya dapat berupa acuan untuk penelitian ini. Data-data terkait yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui objek yang diteliti serta sumber sekunder yang diperoleh dari media pendukung. Berikut merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

1) Wawancara

Metode wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur dengan seorang ahli logo untuk mengetahui tentang logo bagi perusahaan oleh-oleh.

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur. Wawancara tersebut dilakukan bersama bapak Diwan Setiawan S.Ds., M.Sn.

2) Observasi

Observasi adalah bagian dalam tahap pengumpulan data dalam metode kualitatif. Melalui metode observasi, penulis melakukan observasi terhadap logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali.

3) Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan studi pustaka untuk mengumpulkan data berupa gambar logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali yang diperoleh dari internet. Kemudian data lainnya yang diperoleh dengan studi pustaka adalah jurnal penelitian terdahulu, buku-buku, serta laporan-laporan yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

I.8 Asumsi Penelitian

Asumsi adalah anggapan dasar yang menjadi patokan dalam penelitian. Patokan tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian. Adapun dalam penelitian ini, penulis berasumsi bahwa logo perusahaan oleh-oleh di Provinsi Bali memuat identitas Bali dalam elemen visual logonya.

I.9 Sistematika Penulisan

1) BAB I PENDAHULUAN

BAB I merupakan bab pendahuluan yang dimana berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Perancangan, Metode Penelitian, Asumsi dan Hipotesis serta Sistematika Penulisan.

2) BAB II KAJIAN PUSTAKA

BAB II berisi konsep dan landasan teori yang mendasari penelitian ini. Dalam bab ini juga berisi alur dan posisi penelitian serta analisis pustaka mengenai setiap kata dalam judul pada penelitian ini.

3) BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang pendekatan-pendekatan yang digunakan pada penelitian ini lalu mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data, variable penelitian, waktu dan lokasi penelitian.

4) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil penelitian yang di dalamnya terdapat data utama, hasil analisis dan data penunjang penelitian.

5) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi pernyataan singkat mengenai jawaban permasalahan dan tujuan penelitian. Dalam bab ini pun berisi mengenai saran yang berisi rekomendasi yang diutarakan oleh penulis berdasarkan penelusuran yang bagi penulis dapat bermanfaat secara praktis dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan objek penelitian.