BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Nanas berasal dari Amerika Selatan, tepatnya di Brasil. Tanaman ini telah dibudidayakan penduduk pribumi disana sejak lama. Kemudian pada abad ke-16 orang Spanyol membawa nanas ini ke Filipina dan Semenanjung Malaysia, masuk ke Indonesia pada abad ke-15. (1599).

Nanas *(Ananas comusus (L.) Merr.)* ditinjau dari produksinya merupakan salah satu dari tiga buah terpenting dari daerah tropika. Indonesia termasuk produsen nanas terbesar ke-5 di dunia setelah Brazil dan Thailand.

Setelah melakukan riset daerah Subang dikenal dengan kota nanas, karena daerah yang terletak ke arah utara dari ibu kota provinsi Jawa Barat tersebut memiliki buah nanas khas lain dari yang lain. Di Kabupaten Subang dikenal ada satu komuditas nanas dan masyarakat umum mengenalnya dengan nama nanas Subang, nanas Subang yang dikenal "Nanas Simadu" buah dengan aroma rasa khas dan manis. Kecamatan Jalancagak merupakan sentral dari penghasil nanas terbesar didaerah Subang, tercatat pada laman Departemen Pertanian 2003 kecamatan Jalancagak mampu menghasilkan buah nanas hingga 126.000 ton dengan wilayah tanam 2.250 hektar.

Dengan kemampuan produksi buah nanas yang melimpah tidak diimbangi dengan kegiatan promosi produk bagi para penikmat buah nanas baik dari dalam kota ataupun luar kota. Karena minimnya informasi yang dibuat untuk lebih mengenalkan buah nanas unggulan dari daerah Subang pada masyarakat banyak, tidak sedikit orang-orang yang cukup kritis dengan nasib nanas Subang ini melakukan kegiatan promosi melalui jurnal dan media informasi personal dengan jaringan internet (blog). Dengan menuliskan infromasi-informasi tentang nanas dari daerah Subang.

Melakukan promosi dengan membangun sebuah citra produk pada buah nanas Simadu yaitu untuk memberikan informasi bahwa produk tersebut adalah produk ungulan dari daerah Subang. Seperti halnya buah-buahan lain yang sudah dibangun citra produknya dengan diberikan label dan tersebar di pasaran seperti buah pisang *sunpride,* jeruk *sunkist,* apel *washington,* pear *smartie,* dll. Yang dimana buah-buahan yang telah diberikan label tersebut banyak bicara diseputar kualitas pada produknya.

1.2 Identifikasi Masalah

Karena kurangnya perhatian dari masyarakat dan pemerintahan kabupaten tentang buah nanas daerah Subang, mengakibatkan beberapa masalah diantaranya ;

- Informasi tentang buah nanas dari segi manfaat, kandungan, dan kekhasannya menjadi tidak jelas.
- Tidak adanya pembeda antara nanas dari daerah Subang dengan nanas dari daerah lain.
- Pengetahuan yang minim menjadikan nanas daerah Subang di rasa sama dengan nanas dari daerah lain.
- Menurunnya hasil produksi buah nanas khususnya di daerah Subang.

1.3 Fokus Masalah

Daerah Subang memiliki banyak kekayaan alam salah satunya adalah nanas Simadu, komuditas unggulan yang hanya dimiliki dan terdapat di daerah Subang. Selain itu ciri khas dari buah nanas Subang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh daerah tersebut seperti buah-buahan di daerah lainnya di Indonesia seperti duku Palembang, Durian Lai Kaltim, Buah Merah Papua. Maka hal yang harus dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan promosi.

Melakukan kegiatan promosi dengan membangun sebuah citra atau *branding / brand building* pada sebuah produk, akan sangat membantu dalam pengembangan informasi tentang kekayaan alam dan keunggulan

yang dimiliki daerah Subang. Kegiatan promosi yang dilakukan akan memberikan nilai lebih dan eksistensi produk alam tersebut pada halayak sasaran. Kebanyakan produk atau buah-buahan yang telah diberikan label hanya berbicara di seputar kualitas, akan berbeda dengan buah nanas Subang yang akan berbicara selain di kualitas juga meliputi dimana produk berasal atau diproduksi.

1.4 Tujuan Perancangan

Media informasi yang dibutuhkan dalam proses penyampain informasi tentang buah nanas Subang yang memiliki kekhasan untuk memberikan kebanggan. Dengan dilakukan kegiatan promosi, dimana kegiatan promosi adalah kegiatan yang berkaitan dengan media, pesan, frekuensi, kualitas paparan, dan khalayak sasaran yang dituju.

Dengan membangun sebuah citra pada produk akan memudahkan dalam menginformasikan pembeda buah nanas Subang dengan buah nanas dari daerah lain di Indonesia kepada khalayak sasaran.

1.5 Kata Kunci

Setelah melihat hasil riset yang telah dilakukan, daerah Subang memiliki sebuah produk alam yang terbilang unik dan khas. Produk alam yang dimaksud adalah buah nanas Subang yang terkenal aroma dan rasanya yang manis seperti madu, selain itu keunikan yang dimiliki dari nanas Subang jenis nanas ini hanya bisa di budidayakan di daerah Subang dan pada musim panen datang buah nanas tersebut hanya akan muncul satu hingga tiga buah saja dari tumpukan satu kwintal buah nanas.

Karena keunikan yang dimiliki oleh objek yang diteliti tersebut, maka yang akan menjadi kata kunci dan sekaligus menjadi patokan atau acuan dalam setiap visual yang akan muncul dari promosi yang akan dibuat adalah “unik”.