

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sasa adalah bumbu penyedap masakan Indonesia yang sudah lama ada sejak tahun 1968, Nama Sasa merupakan kepanjangan dari “Sari Rasa” dimana diterjemahkan sebagai sari dari rasa dan gambaran utama bagi perusahaan. Seiring pertumbuhan ekonomi Indonesia dari masa ke masa, kompetitor dari bumbu penyedap Sasa semakin beragam dan menawarkan begitu banyak rasa, misalnya seperti Ajinomoto, Royco, dan Masako. Dalam bumbu penyedap rasa Sasa tersebut mengandung zat MSG (*Monosodium Glutamat*) yang acap kali disebut sebagai vitsin yang berbahaya bagi kesehatan tubuh dan berbagai isu negatif akan MSG. Sasa sebagai pelopor MSG pertama di Indonesia tentunya sedih dengan pemberitaan negatif tersebut, ditambah lagi dengan wawasan masyarakat yang kurang luas dan mudah di kecohkan oleh media massa menjadikan posisi Sasa sebagai produk yang tidak layak konsumsi dan menyebabkan mindset masyarakat untuk berpindah produk dari Sasa ke produk yang lain sebagai pengganti.

Ketika pihak dari PT. Rodamas berkunjung ke lokasi kantor Alessis Creative untuk memberikan brief, mereka segera menjelaskan secara rinci tentang apa itu MSG dari Sasa yang sebenarnya, dan ternyata isu-isu yang beredar di masyarakat sangat bertolak belakang dengan apa yang telah dipaparkan langsung oleh pihak PT. Rodamas.

Dari pihak PT. Rodamas memaparkan bahwa MSG sebenarnya sangatlah tidak merusak kesehatan badan dan MSG sendiri justru terdiri dari bahan-bahan yang sifatnya sangat alami dan melalui proses fermentasi dari bahan tetes tebu atau pati-patian yang menghasilkan zat glukosa dan fruktosa, dan bukan berasal dari bahan hewani seperti sumsum tulang atau kaldu daging hewan seperti iklan-iklan kompetitor yang beredar di media televisi. Bahkan kegunaan dari MSG sendiri ini adalah memberikan sumber rasa gurih (umami) yang membuat rasa dari masakan menjadi lebih sedap dan menyenangkan, serta membantu pencernaan yang baik untuk meningkatkan sekresi air liur dan kelenjar pencernaan lambung, lalu menambah kadar Glutamat (protein) pada makanan.

Melihat hal tersebut, PT. Rodamas ingin melakukan sebuah program promosi yang bertajuk kuliner dengan aktivasi nya melalui sebuah kegiatan masak-memasak bersama ibu-ibu yang dimana memang sebagian besar target market dari produk Sasa ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Hal ini bertujuan untuk mengedukasi konsumen akan produk penyedap rasa Sasa yang sebenarnya tidak berbahaya dan akan di edukasi pula bagaimana olahan Sasa yang bersih, aman di konsumsi, dan tidak mengandung unsur kimiawi. Karena Sasa ingin mendapatkan citra yang terkesan sehat dan bebas penyakit, tema yang di ambil pada program kampanye kali ini adalah “Sasa Sehat”.

Pada tahap kampanye ini tentu dibutuhkan unsur-unsur visual kreatif yang mendukung agar komunikasi nya tersampaikan dengan baik dan diterima oleh masyarakat dengan baik pula, namun tetap memberikan unsur sasa dan sehatnya.

Kampanye publikasi yang diaktivasi melalui kegiatan event ini membutuhkan sebuah ikon dari Sasa Sehat guna meningkatkan awareness dari masyarakat.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka laporan Kerja Praktik ini hendak diarahkan untuk membuat desain ikon visual sebagai unsur visual dari kampanye Sasa yang bertemakan “Sasa Sehat” mengaplikasikan desain *motiongraph* pada media promosi sebagai upaya strategi komunikasi kampanye Sasa Sehat.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat ikon Sasa Sehat sebagai klien CV. Alessiss Media Kreasindo yang mampu menginterpretasikan konsep Sasa Sehat.
2. Elemen - elemen seperti apa yang mampu membuat masyarakat tertarik dengan Ikon kampanye edukasi “Sasa Sehat” sebagai upaya meningkatkan kembali loyalitas pelanggan Sasa.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan, yaitu hanya terbatas pada perancangan ikon Sasa Sehat untuk kegiatan kampanye Klien PT. Rodamas yang bertajuk “Sasa Sehat” yang siap pakai berupa file .JPG, .PNG, .CR dan .AI pada kegiatan kampanye nya nanti.

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk merancang sebuah ikon untuk kampanye produk Sasa Sehat, dengan desain ikon yang mampu menginterpretasikan harapan Sasa.
2. Untuk memberikan elemen-elemen grafis yang sesuai dengan target audiens dan representasi dari Sasa yang menarik.
3. Ikon yang dibuat akan menjadi bahan studi eksisting dengan ikon-ikon Sasa di kampanye-kampanye sebelum nya sebagai bahan studi bagi penulis. Mengingat Sasa telah banyak membuat ikon-ikon pada tiap kampanye produk nya.

1.5 Manfaat

Sesuai tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari perancangan ini adalah:

1. Memberikan definisi edukasi produk Sasa yang lebih jelas kepada masyarakat dan mampu mengajak masyarakat untuk kembali mengkonsumsi MSG dari Sasa.
2. Meningkatkan value kampanye promosi melalui ikon Sasa Sehat dengan elemen-elemen grafis yang sesuai dengan target dan maksud tujuan ikon.
3. Memberikan kontribusi kepada pihak PT. Rodamas sebagai klien dan CV. Alessis Media Kreasindo sebagai penyelia dan membantu strategi komunikasi kampanye untuk memperoleh awareness masyarakat tentang Sasa Sehat.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama perusahaan : CV. ALESSIS MEDIA KREASINDO
Jasa : Brand Consultant
Alamat : Ruko Manyar Mas 27, Jl. Raya Manyar No. 63
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Phone : (031) - 5962619
Fax : -

b. Periode

Tanggal pelaksanaan : 02 Juli 2013 – 02 Agustus 2013
Waktu : 10.00 – 18.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Agar para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasannya, maka penulisan dari laporan kerja praktek ini akan dibuat dengan sistematika yang nantinya terdiri dari beberapa bab yang di dalamnya terdapat penjabaran masalah, yakni :

Pada **bab pertama** ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan diperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis. Didalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan, Kontribusi, dan dilanjutkan oleh Sistematika Penulisan Kerja Praktek.

Pada **bab kedua** ini akan membahas tentang teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh penulis.

Pada **bab ketiga** ini akan membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktek, mulai dari proses penerimaan sumber data, teknik hingga progres kerja.

Pada **bab keempat** ini akan membahas tentang informasi umum tentang PT. Rodamas dan PT. Sasa Inti, visi dan misi dan motto Sasa, struktur organisasi Sasa, serta berbagai produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Sasa Inti.

Pada **bab kelima** ini akan membahas implementasi karya, dimana hasil perancangan ikon Sasa Sehat selama melaksanakan kerja praktek di CV. Alessis Media Kreasindo berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

Pada **bab keenam** ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan ikon Sasa Sehat yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pengembangan perancangan ikon Sasa Sehat pada kampanye berikutnya.