



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kue keranjang atau kue cina merupakan makanan khas etnis Tionghoa yang biasanya disajikan menjelang perayaan Imlek atau tahun baru bagi etnis Tionghoa. Kue keranjang bukan hanya sebagai panganan pelengkap, namun juga menjadi makanan yang disediakan untuk Dewa Dapur yang dipercaya etnis Tionghoa. Selain kue keranjang, terdapat juga kue bulan yang berbentuk bundar yang bermakna keutuhan keluarga.

Menurut Maruly Chang seperti yang dikutip dari Beritasatu.com pada 22 Januari 2012, merupakan tradisi masyarakat Tionghoa untuk menyajikan makanan yang terbaik di setiap perayaan Imlek, karena makanan tersebut mempunyai arti yang baik untuk keluarga untuk mencapai kehidupan yang lebih baik lagi dari tahun sebelumnya (2012, 22 November 2013, 19:42).

Produsen kue keranjang pun banyak menerima pesanan saat menjelang Imlek, tak terkecuali Ny. Lauw. Ny. Lauw merupakan salah satu produsen pembuat Kue Keranjang, Kue Bulan dan Dodol yang sudah lama membuka usahanya sejak tahun 1962. Beliau mempunyai industri rumah tangga di Jalan Lio Baru, Gg. SPG No. 55 RT 01/02, Kampung Sirna Galih, Karang Sari, Kec. Neglasari, Tangerang.

Kini usaha Ny. Lauw diteruskan oleh anak-anaknya, beliau hanya memantau pekerjaan para pekerjanya. Jumlah pekerjanya tidak tetap karena

menjelang Imlek, banyak warga sekitar yang ikut serta membantu pembuatan Kue keranjang, kue bulan dan dodol. Akan tetapi persaingan dalam bisnis ini semakin ketat, hal ini dikarenakan munculnya industri rumah tangga yang juga memproduksi produk yang serupa. Selain itu, Ny. Lauw memiliki beberapa kelemahan, salah satunya pada logo karena Ny. Lauw tidak mempunyai identitas yang jelas setelah sekian lama didirikan. Menurut Fanny, salah satu anak Ny. Lauw menuturkan bahwa banyak produk yang memakai nama Ny.Lauw. Beliau menambahkan bahwa pernah menemui produk dodol yang menggunakan merek Ny. Lauw akan tetapi bentuk, cita rasa dan kualitasnya jauh berbeda. Selain itu beliau pernah menemukan produknya dijual di Cina tanpa sepengetahuan keluarga Ny. Lauw. Namun sekitar 4 tahun yang lalu sudah diberi label berwarna. Hal itu bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen agar tidak salah membeli produk asli Ny. Lauw. Akan tetapi label produk asli Ny. Lauw berbeda-beda, hal itu juga membuat konsumen bingung untuk membedakan produk yang asli dan palsu. Yang dimaksud dengan label yang berbeda adalah penggunaan *font* pada logo yang berbeda-beda serta elemen-elemen pendukung yang berbeda-beda pada setiap label yang disematkan pada semua produk Ny. Lauw.

Selain produknya kerap dipalsukan karena tidak mempunyai logo, Ny. Lauw juga akan melakukan ekspansi ke wilayah lainnya. Pada awalnya produk hanya dipasarkan di wilayah Tangerang dan Jakarta dan hanya dititipkan pada pedagang kue di pasar tradisional. Kini produk Ny. Lauw dapat ditemukan di toko-toko buah atau toko oleh-oleh dan toko swalayan baik di Tangerang maupun

Jakarta dan kini produk dapat ditemui di Bogor serta ada rencana untuk menjual produk ke wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta.

Logo merupakan aplikasi desain grafis yang menjadi bagian setiap aplikasi *brand* (Landa, 2011, Hlm. 247). Menurut Airey (2010) logo harus mempunyai konsistensi yang jelas disetiap penggunaannya di media apapun (Hlm. 185).

Logo merupakan entitas dari identitas visual yang sangat penting. Menurut Adams dan Morioka (2004) logo dan sistem visual lainnya merupakan aset terbesar dari sebuah perusahaan (Hlm. 9). Hal itu dikarenakan logo mempunyai banyak fungsi bagi perusahaan. Rustan (2009) menjabarkan bahwa selain berfungsi sebagai identitas diri yang membedakan dengan identitas lain, fungsi lain logo adalah untuk mencegah peniruan atau pembajakan (Hlm. 13). Menurut Airey (2010), hal tersebut penting karena biasanya masyarakat cenderung memilih untuk membeli sebuah produk berdasarkan *perceived value* daripada *actual value*. Dikatakan lebih lanjut jika sebuah produk memiliki *branding* yang baik, memungkinkan akan meningkatkan *perceived value*, membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan membina hubungan dengan konsumen agar konsumen tetap memilih produk tersebut (Hlm. 8).

Terkait dengan teori diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah produk harus memiliki sebuah identitas yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan baik produk ataupun jasa. Logo diperlukan untuk mencerminkan hal-hal tersebut karena pada dasarnya masyarakat cenderung melihat elemen visual yang melekat pada sebuah *brand*. Logo pun mempunyai peranan penting untuk mencegah

pembajakan sebuah *brand*. Hal tersebut yang membuat penulis ingin merancang sebuah logo bagi produk Ny. Lauw dengan harapan produk Ny. Lauw tidak lagi ditiru dan dibajak serta tidak ada lagi kerugian yang diderita oleh Ny. Lauw dan konsumen Ny. Lauw yang merasa tertipu dengan membeli produk palsu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah mengenai bagaimana merancang desain logo produk kue Ny. Lauw?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak meluas, penelitian dibatasi pada:

1. Perancangan desain logo produk kue Ny. Lauw
2. Pembuatan GSM (Graphic Standard Manual) dan penerapan logo produk kue Ny. Lauw pada kemasan.

1.4. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Logo Produk Kue Ny. Lauw” untuk merancang desain logo produk kue Ny. Lauw.

1.5. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi penulis:
 - a) Menambah kemampuan dan pengalaman dalam merancang logo secara efektif dan estetik dalam segi visual.
 - b) Mencari solusi yang tepat di setiap permasalahan desain logo.
 - c) Mengetahui ilmu *branding* lebih dalam.

2. Manfaat bagi universitas:

- a) Menambah wacana paduan perancangan logo bagi mahasiswa DKV.
- b) Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang *branding*.

3. Manfaat bagi pemilik usaha:

- a) Membuka peluang untuk ekspansi bisnis melalui kegiatan branding terutama desain logo.
- b) Meningkatkan penjualan secara tidak langsung melalui visual.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Perancangan desain logo produk kue Ny. Lauw dimulai dengan melakukan beberapa cara untuk mendapatkan sumber data tentang produk tersebut. Sumber data tersebut akan menentukan desain logo yang sesuai untuk mencitrakan produk Ny. Lauw. Berikut beberapa langkah yang dilakukan:

1. Wawancara

Metode ini dilakukan untuk mengetahui informasi-informasi yang akurat mengenai seluruh hal yang berkaitan dan menjadi masalah utama dari produk Ny. Lauw dengan cara melakukan tanya jawab kepada putra-putri Ny. Lauw selaku penerus dari usaha industri rumah tangga milik Ny. Lauw.

2. Survei

Metode ini dilakukan untuk mengetahui informasi-informasi dari konsumen dan penjual bahwa konsumen kerap salah membeli produk Ny. Lauw dengan produk palsu yang beredar di pasaran dan untuk mengetahui SWOT dari

produk Ny. Lauw untuk membandingkan produk Ny. Lauw dengan produk merek lainnya. Survei akan dilakukan dengan dua sistem, yaitu *offline* dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada pelanggan dan penjual produk Ny. Lauw serta *online* melalui Google docs.

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan dengan:

1. Pengumpulan sumber data

Perancangan desain logo produk kue Ny. Lauw dilakukan dengan cara mengumpulkan sumber data, baik yang primer maupun sekunder yang bertujuan sebagai acuan dalam mendesain logo produk kue Ny. Lauw. Pengumpulan sumber data yang diperlukan dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik sehingga data yang didapat akurat dan dapat dipercaya, serta melakukan survei kepada masyarakat untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan produk kue Ny. Lauw dengan kompetitor lainnya.

2. Mengolah hasil data

Data yang telah didapat akan diproses melalui *brainstroming* sampai pencarian referensi desain logo sehingga akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi Ny. Lauw dan juga untuk mendapatkan hasil SWOT dari Ny. Lauw.

3. Membuat sketsa

Pembuatan sketsa berdasarkan hasil *brainstroming*. Pembuatan sketsa yang dimaksud terdiri dari sketsa logo yang sesuai dengan produk kue keranjang, kue bulan dan dodol.

4. Tahap digitalisasi

Hasil sketsa akan dilanjutkan ke tahap digitalisasi kemudian menentukan penggunaan elemen-elemen grafis yang sesuai sehingga produk dapat dibedakan dengan produk lainnya, yang kemudian akan dilakukan pemilihan warna dan tipografi yang sesuai dengan hasil dari *brainstroming*.

5. Pembuatan GSM dan Kemasan

Tahap terakhir adalah pembuatan GSM atau *Graphic Standard Manual* sebagai panduan penggunaan logo serta penerapan logo dalam berbagai aplikasi media, khususnya pada kemasan.

1.8. Skematika Perancangan

Tahap perancangan yang akan dilakukan bermula dari latar belakang masalah yang dialami oleh Ny.Lauw dan menemukan data tersebut melalui proses riset yang setelahnya akan dianalisis sampai menemukan *keywords* untuk melanjutkan ke proses pembuatan karya sampai final.

KONSEP PERANCANGAN LOGO PRODUK KUE NY. LAUW

