

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Desa Kemuning merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Legok tepatnya di Kabupaten Tangerang, Banten. Di Desa Kemuning terdapat banyak masyarakatnya bekerja sebagai tenaga kerja UMKM, oleh karena itu di Desa Kemuning banyak jenis UMKM mulai dari usaha kerajinan tangan, Kuliner, hingga makanan ringan. UMKM yang paling banyak ditemukan di Desa Kemuning ialah usaha makanan ringan salah satunya adalah bakso goreng Dapoer Bu Siti. Usaha bakso goreng Dapoer Bu Siti ini mulai dirintis pada pertengahan tahun 2020.

Dapoer Bu Siti kemudian mulai mempromosikan produknya di desa Kemuning dengan melakukan konsinyasi yaitu menitipkan produk dagangannya kepada pihak lain yaitu ke warung atau toko makanan yang ada di desa Kemuning, Dapoer Bu Siti juga sering mengikuti kegiatan berupa *bazar* UMKM. Meskipun usaha Dapoer Bu Siti ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat desa Kemuning dan sering melakukan promosi melalui kegiatan *Bazar* yang diadakan oleh kecamatan, namun tantangan yang dihadapinya ialah produk Dapoer Bu Siti masih belum unggul dalam persaingan dan masih kesulitan dalam memasarkan produknya secara meluas, salah satu alasannya ialah karena belum memiliki identitas usaha yang menciri khas, desain kemasan yang masih berbentuk sticker sehingga kurang menarik dan tidak informatif, dan kurangnya media pemasaran.

Dalam melakukan pemasaran produk, pembentukan identitas brand atau merek merupakan suatu hal yang sangat penting. Menurut Aaker (2009) Identitas brand merupakan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Identitas brand terbentuk dari elemen desain, warna, serta bentuk yang mampu memberikan pesan secara visual kepada konsumen. Hal tersebut akan menimbulkan persepsi dalam benak konsumen terhadap brand tersebut sehingga

mampu membedakan dengan para pesaingnya serta dapat menjadi pondasi dalam strategi pemasaran untuk kedepannya.

Dalam upaya untuk membantu mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia tepatnya di Desa Kemuning, penulis menawarkan solusi untuk permasalahan diatas yaitu dengan melakukan perancangan ulang identitas visual terhadap UMKM Dapoer Bu Siti. Tujuan dari pembuatan identitas visual untuk Dapoer Bu Siti di desa Kemuning adalah untuk memberikan kesan dan persepsi yang kuat untuk memudahkan konsumen dalam mengingat UMKM Dapoer Bu Siti sehingga mampu bersaing dengan produk-produk UMKM lainnya diluar sana dan dapat berkembang lebih baik. Meningkatnya perkembangan produk UMKM di suatu daerah dapat memperkaya lapangan tenaga kerja di daerah itu sendiri, serta mampu membantu dalam proses pemerataan pendapatan masyarakat yang secara langsung dapat membantu mendukung dalam pembangunan nasional.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang didapatkan ialah sebagai berikut :

“Bagaimana cara perancangan identitas visual terhadap UMKM produk Dapoer Bu Siti?”.

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Proses penelitian dan perancangan identitas visual terhadap UMKM produk Dapoer Bu Siti akan diberi beberapa batasan pembahasan agar tidak meluas dan melebar sehingga hanya fokus pada beberapa poin dibawah ini :

1. Identitas Visual, Menurut Landa (2012) identitas visual merupakan artikulasi berupa visual dan verbal dalam sebuah merek yang dituangkan pada logo, kop surat, kartu nama, situs web, dan sebagainya (hlm. 240).
2. Logo, menurut teori David e. Cartr (1986) “logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai saran fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual.

3. Tipografi, Menurut Rustan tipografi adalah segala sesuatu yang melibatkan huruf dan penyusunannya. (Rustan, 2010:16) menyatakan tipografi "segala disiplin yang berkenaan dengan huruf". Typeface adalah penggunaan huruf-huruf yang disusun dan dibuat secara eksklusif.
4. Elemen desain, yaitu warna, menurut Albert H. munsell, warna merupakan elemen yang penting di dalam berbagai aspek disiplin seni rupa dan juga segala aspek kehidupan manusia. Lebih lanjut, menurut Sulasmi Darma Prawira (1989 : 4) warna merupakan salah satu unsur keindahan di dalam dunia seni dan desain.
5. *Branding*, Menurut Anholt (2003), *branding* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk membangun sebuah brand. *Branding* adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi suatu brand.
6. GSM, Menurut Soebiantoro (2013), *Graphic standards manual* (GSM) merupakan panduan yang dibuat khusus untuk perusahaan dalam memudahkan penggunaan aplikasi logo pada berbagai media
7. Geografis, yaitu Negara Republik Indonesia, daerah jabodetabek tepatnya di kota Tangerang, desa kemuning
8. Demografis, menargetkan laki - laki dan perempuan status yang berusia 12 - 45 tahun
9. Psikografis, yaitu orang - orang yang menyukai makanan ringan dan instan berupa keripik.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dan Tujuan penulis dalam perancangan identitas visual terhadap UMKM produk Dapoer Bu ialah sebagai berikut :

1. Merancang identitas brand untuk memberikan nilai jual terhadap usaha Dapoer Bu Siti.
2. Memperkenalkan identitas baru dari usaha Dapoer Bu Siti kepada masyarakat terutama bagi para target audiens agar dapat lebih mengetahui

ciri khas yang diberikan oleh Dapoer Bu Siti sehingga mampu menarik perhatian target audiens untuk membeli produk.

3. Merancang desain kemasan baru yang lebih atraktif dan kreatif menggunakan identitas baru yang dimiliki agar menjadi pusat perhatian bagi banyak orang.
4. Menciptakan diferensiasi yang terlihat jelas, mengapa brand Dapoer Bu Siti dapat lebih unggul dibanding dengan kompetitornya di pasaran.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan tujuan dari perancangan identitas visual yang telah dijabarkan diatas, terdapat manfaat yang sangat berpengaruh bagi berbagai pihak, diantaranya ialah :

1. Bagi Penulis.

Penulis dapat mengimplementasikan hasil studi serta ilmu desain yang telah dipelajari selama menjalankan pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara dalam jurusan Desain Komunikasi Visual. Dalam pelaksanaan proyek ini penulis juga mendapatkan pengalaman dalam bekerja yang mampu memberikan peningkatan terhadap soft skill serta keterampilan penulis dalam menciptakan sebuah desain. Kegiatan yang dilakukan selama menjalankan proyek tersebut juga meningkatkan kesadaran penulis terhadap lingkungan sekitar serta kemampuan dalam berpikir kritis untuk mencari tahu solusi yang dapat diberikan berdasarkan dari latar belakang penulis sebagai mahasiswa desain.

2. Bagi Orang Lain.

Perancangan identitas visual ini tidak hanya memberikan manfaat bagi penulis melainkan bagi para pembaca termasuk pelaku usaha Dapoer Bu Siti. Bagi para pembaca dapat mengetahui pengaruh identitas visual terhadap sebuah usaha. Selain itu laporan ini dapat menjadi bahan pembelajaran bagi para pembaca untuk menambah wawasan mengenai pembuatan dan penggunaan identitas visual yang baik dan benar ketika diimplementasikan

kepada suatu usaha. Sedangkan untuk pelaku usaha Dapoer Bu Siti dengan adanya laporan ini dapat dijadikan sebagai ilmu dasar untuk mengembangkan dan meningkatkan UMKM

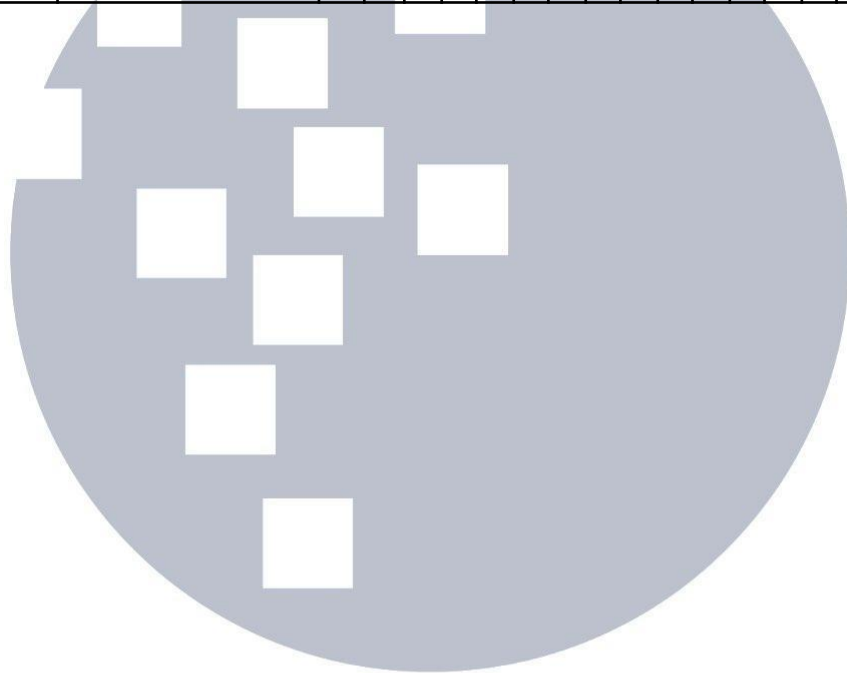
3. Bagi Universitas.

Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara dalam pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa ini ialah Laporan ini dapat digunakan sebagai data untuk mengetahui informasi - informasi yang ada di Desa Kemuning yang dapat dimanfaatkan oleh pihak ketiga sebagai referensi untuk melakukan pengembangan terhadap Desa Kemuning.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Tabel 1.1 Timeline Perancangan

		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
Metode	Tahap	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Overview	Riset Desa Kemuning																				
	Pengumpulan Data UMKM (Wawancara dan Observasi)																				
Strategi	Analisis Data																				
	Penentuan Strategi																				
Ideas	Membuat konsep																				
	Sketsa																				
Designing	Visualisasi Proyek 1, 2, 3																				
	Budgeting																				
Production	Printing																				

[illegible]

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA