

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selain mengatasi kemiskinan dan pengangguran, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang cukup besar dalam membangun perekonomian. Hal tersebut akhirnya memotivasi orang-orang untuk berwirausaha. Dampaknya, keberadaan UMKM di Indonesia menjadi semakin menjamur dan menciptakan lingkungan yang kompetitif. Adanya tantangan yang tidak bisa dihindari dan persaingan yang semakin ketat membuat para wirausahawan berlomba untuk menciptakan peluang dan hal baru dalam menghadapi kompetitor [1].

Melalui perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang kreatif dan inovatif terus bermunculan sehingga menciptakan peluang baru dan pasar yang cukup luas. Gelombang UMKM di bidang kreatif menuntut kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku ekonomi kreatif dalam mengelola potensi lokal yang ada [2].

Di Indonesia, inovasi terhadap produk UMKM dari sektor kreatif mampu menghasilkan produk-produk unggulan yang sangat beragam, seperti produk makanan olahan, tekstil, *fashion*, barang kayu atau hasil hutan, barang cetakan, barang dari logam, *handcraft* dan lainnya [3]. Produk-produk tersebut dihasilkan melalui kompetensi, baik dalam proses kreatif maupun inovasi. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengembangkan ide baru untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan unik menjadi penentu keberhasilan UMKM di bidang kreatif. Ide-ide baru yang dihasilkan dapat memberikan ciri khas tersendiri dan membuatnya berbeda dengan produk lain, sehingga dapat menciptakan peluang pasar yang berorientasi pada keuntungan, penciptaan nilai dan pembentukan produk atau jasa baru yang dapat menarik konsumen [3]. Adapun salah satu produk *handcraft* yang berinovasi adalah buket *snack*.

Di era ini, buket yang dahulu identik dengan bunga berkembang menjadi buket dengan karangan makanan atau *snack*. Selain unik, *trend* memberikan hadiah sebagai simbol kebahagiaan atau ucapan selamat dalam bentuk buket *snack* menjadi populer di era sekarang. Peluang tersebut akhirnya dimanfaatkan Salma untuk membuka usaha buket *snack* bernama Pip N Dee Bucket.

Pip N Dee Bucket merupakan salah satu bisnis buket *snack* yang bertempat di Cirebon. Berdasarkan hasil wawancara dengan Salma selaku pemilik Pip N Dee Bucket, bisnisnya ini sudah ditekuni sejak 2018 dan berawal dari coba-coba untuk memenuhi kebutuhannya selama kuliah. Menurut Salma, buket *snack* identik dengan kelulusan, sehingga bisnis ini memiliki peluang jangka panjang karena upacara kelulusan selalu ada setiap tahunnya. Hingga kini Pip N Dee Bucket tidak hanya menjual produk buket *snack* saja, tetapi telah merambah ke buket uang, *frame gift*, *acrylic gift*, *gift box*, *snack cake*, *snack balloon* dan *dry flower tube*.

Akan tetapi, usaha buket *snack* bukanlah hal yang baru. Usaha ini dapat dijumpai dimana-mana dan membuat Pip N Dee Bucket memiliki banyak pesaing. Oleh karena itu selain berinovasi pada produk, salah satu upaya yang dilakukan untuk mengangkat produk itu sendiri agar menarik di mata konsumen adalah dengan menaikkan citra *brand*. Dalam buku berjudul “Designing Brand Identity”, sebuah *brand* yang baik haruslah mencerminkan perusahaannya. Namun sayangnya *visual identity* dari Pip N Dee Bucket belum tercitra dengan baik. Hal tersebut dikarenakan adanya ketidakkonsistenan dalam penggunaan warna dan *font* yang berbeda-beda pada media promosinya. Akhirnya hal inilah yang menjadi alasan mengapa Pip N Dee Bucket memerlukan *rebranding visual identity* agar mendapatkan citra baru yang menarik, mudah dikenal masyarakat, serta memiliki ciri khas sebagai identitas dan diferensiasi dengan *brand* pesaing [4].

Visual identity juga berkaitan dengan pengaplikasian desain pada media promosi sehingga konsistensi *visual identity* harus dijaga agar terciptanya *positioning* yang diharapkan dapat membentuk citra dimana *brand* melekat

dalam benak masyarakat bahwa Pip N Dee Bucket merupakan solusi bagi para pelaku yang sedang membutuhkan hadiah sebagai pelengkap dan simbol kebahagiaan pada momen spesial bersama orang terkasih. Dengan demikian, secara tidak langsung hal tersebut dapat menarik minat sekaligus membuat Pip N Dee Bucket dapat dikenal luas terutama oleh masyarakat Kota Cirebon.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1.2.1 Bagaimanakah perancangan *visual identity* Pip N Dee Bucket?
- 1.2.2 Bagaimana cara mengaplikasikan *visual identity* Pip N Dee Bucket pada *stationery kit* dan media pendukung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 *Rebranding visual identity* Pip N Dee Bucket dimaksudkan untuk memberikan citra baru agar Pip N Dee Bucket mudah dikenal masyarakat dan memiliki diferensiasi dengan *brand* kompetitor.
- 1.3.2 Untuk mengaplikasikan *visual identity* Pip N Dee Bucket pada *stationery kit* dan media pendukung.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1.4.1 Perancangan *rebranding visual identity* Pip N Dee Bucket hanya sebatas pembuatan logo dan *Graphic Standard Manual* (GSM).
- 1.4.2 Mengaplikasikan logo pada *stationery kit* dan media pendukung seperti *flyer, x-banner, tag, sticker, greetings card*, kertas *wrap, paper bag*, nota dan kartu pengiriman sesuai dengan panduan di *Graphic Standard Manual* (GSM) guna menciptakan dan menjaga konsistensi identitas visual pada desain.

1.4.3 *Flyer* akan dibuat kedalam media cetak dan *e-flyer*. *E-Flyer* akan dibagikan melalui instagram karena platform tersebut memiliki jangkauan yang luas, sering diakses masyarakat dan merupakan media promosi Pip N Dee Bucket.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Bagi Institusi

Menjadi sarana referensi dan bahan kajian bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5.2 Bagi Keilmuan Desain Komunikasi Visual

Untuk melengkapi literatur dan menjadi sumber teori tambahan untuk penelitian Desain Komunikasi Visual khususnya tentang *rebranding visual identity* produk UMKM.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Menambah pengetahuan bagi para pembaca mengenai produk UMKM di masyarakat. Perancangan media promosi Pip N Dee Bucket juga diharapkan dapat membantu untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan usaha sejenis.