

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan ekonomi lokal. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam membangun citra dan daya tarik produk di mata konsumen.

Salah satu faktor kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui branding yang kuat. Branding tidak hanya sekadar membuat logo atau kemasan yang menarik, tetapi juga membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas, nilai, dan keunikan produk yang ditawarkan. Dengan branding yang tepat, UMKM dapat membangun loyalitas pelanggan, memperluas pasar, serta meningkatkan nilai jual produk.

Salah satu usaha UMKM adalah “Dapur Bu Agus” yang merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner rumahan, dengan berbagai menu seperti gudeg dengan isi nasi, , krecek, ayam kampung, telur pindang, kemudian nasi liwet yang berisi nasi gurih, ayam kampung, sayur labu siam, sambal dan lalapan serta menu olahan lain

seperti nasi kuning, nasi tumpeng sesuai dengan permintaan konsumen dalam bentuk prasmanan maupun nasi kotak, *Dapur Bu Agus* hadir dengan komitmen untuk mempertahankan cita rasa autentik dan menyajikan makanan yang berkualitas dengan harga terjangkau. Usaha kuliner Dapur Bu Agus telah berdiri lebih dari 10 tahun namun, meskipun memiliki keunggulan dari segi rasa dan pelayanan, *Dapur Bu Agus* belum memiliki **identitas visual** yang jelas dan konsisten. Selama ini, komunikasi usaha lebih banyak dilakukan secara lisan atau melalui media sosial tanpa strategi visual yang terarah. Hal ini membuat usaha terlihat kurang profesional dan sulit bersaing secara visual dengan brand kuliner lainnya yang sudah lebih mapan dan dikenal publik.

Ketiadaan elemen visual yang kuat seperti logo, warna khas, dan aplikasi identitas pada media promosi menjadi kendala dalam membangun kepercayaan serta memperluas pasar. Padahal, di era digital saat ini, visual brand menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen dan membedakan diri dari kompetitor.

Perancangan identitas visual yang tepat dapat menjadi solusi strategis untuk membantu Dapur Bu Agus meningkatkan daya saingnya. Identitas visual yang dirancang secara profesional akan memberikan kesan yang lebih kredibel, memudahkan konsumen mengenali merek, serta menciptakan komunikasi yang efektif antara brand dan target pasar. Dengan adanya identitas visual yang jelas, diharapkan Dapur Bu Agus dapat

meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, dan membangun citra yang lebih positif di mata konsumen.

Oleh karena pentingnya peran identitas visual sebagai media komunikasi yang dapat memperkuat citra dan karakter brand dari UMKM “Dapur Bu Agus”, khususnya di tengah persaingan ketat industri kuliner saat ini. Meskipun *Dapur Bu Agus* memiliki keunggulan dari segi rasa dan keautentikan menu rumahan, usaha ini belum memiliki identitas visual yang konsisten dan professional, penulis ingin membantu *Dapur Bu Agus* membangun sistem komunikasi visual yang terstruktur dan sesuai dengan karakter usahanya, sehingga dapat meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan pasar, serta membentuk persepsi positif di mata konsumen. Selain itu, proyek ini juga menjadi upaya konkret dalam menerapkan prinsip-prinsip desain grafis yang fungsional dan berdampak langsung bagi pelaku UMKM lokal.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang belakang bisnis, daya tarik produk, serta strategi pemasaran yang digunakan dalam membangun Brand ini. Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan 3 penelitian untuk membantu UMKM dalam penyusunan laporan berdasarkan UMKM melalui Tugas Akhir yang berjudul ”Perancangan Identitas Visual UMKM “ Dapur Bu Agus “ sebagai upaya Membangun Komunikasi Brand.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa poin yang di temukan pada latar belakang di atas, penulis menemukan beberapa masalah, antara lain :

1. Desain logo kurang menarik secara visual yang kuat dan konsisten.
2. Kurangnya daya tarik identitas visual serta kesulitan dalam membangun citra dan kesadaran merek (*brand awareness*) di mata konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dibuat batasan masalah untuk membatasi perancangan yang di lakukan, berikut batasan-batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Proses perancangan hanya mencakup pembuatan logo utama beserta elemen identitas visual pendukung, seperti warna, tipografi, dan aplikasi sederhana pada media komunikasi (misalnya kartu nama, label, dan media sosial).
2. Perancangan difokuskan untuk membentuk identitas visual yang menarik, mudah dikenali, dan mampu meningkatkan brand awareness, terutama bagi konsumen lokal dan pengguna media digital.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas yang sudah di jelaskan, agar perancangan ini terarah dan tidak keluar dari pokok pembahasan, berikut rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana merancang desain logo yang menarik secara visual, memiliki karakter yang kuat, dan konsisten untuk merepresentasikan identitas brand UMKM Dapur Bu Agus?
2. Bagaimana merancang identitas visual yang mampu meningkatkan daya tarik brand serta membangun citra dan kesadaran merek UMKM Dapur Bu Agus di mata konsumen?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan perancangan yang ingin di capai adalah sebagai berikut :

1. Merancang desain logo yang menarik secara visual, memiliki karakter yang kuat, dan konsisten untuk merepresentasikan identitas brand UMKM Dapur Bu Agus.
2. Merancang identitas visual yang mampu meningkatkan daya tarik brand serta membangun citra dan kesadaran merek (brand awareness) UMKM Dapur Bu Agus di mata konsumen.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Dapur Bu Agus :

- a. Meningkatkan daya saing: Desain logo dan identitas visual yang kuat membantu Dapur Bu Agus tampil lebih profesional dan menarik dibanding kompetitor.
- b. Memperkuat identitas brand: Visual yang konsisten mencerminkan keunikan dan nilai-nilai Dapur Bu Agus, menjadikannya mudah dikenali oleh pasar.
- c. Mendukung pemasaran: Identitas visual menjadi alat penting dalam strategi promosi baik online maupun *offline*.

2. Bagi Konsumen :

- a. Memudahkan mengenali produk: Logo dan identitas visual yang konsisten mempermudah konsumen membedakan produk Dapur Bu Agus dari produk lain.
- b. Meningkatkan kepercayaan: *Visual branding* yang rapi dan profesional menimbulkan rasa percaya terhadap kualitas produk dan pelayanan.
- c. Memberi pengalaman visual yang menyenangkan: Desain yang menarik membuat konsumen merasa nyaman dan lebih tertarik untuk mencoba atau membeli ulang.

3. Bagi Perancang :

- a. Sebagai portofolio profesional: Proyek perancangan ini menjadi karya nyata yang dapat ditampilkan dalam portofolio sebagai bukti kemampuan desain branding.
- b. Meningkatkan pemahaman konteks lokal dan UMKM: Perancang dapat lebih memahami kebutuhan pasar lokal dan tantangan UMKM dalam membangun *brand*.
- c. Menambah pengalaman dalam *problem solving visual* : Proses merancang logo dan identitas visual menuntut kreativitas dalam menerjemahkan nilai-nilai brand ke dalam bentuk visual yang komunikatif.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan Tugas Akhir berjudul "**Perancangan Identitas Visual UMKM “Dapur Bu Agus” Sebagai Upaya Membangun Komunikasi Brand**" , adalah sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan sistematika penulisan.
2. BAB II Tinjauan Pustaka, berisi penelitian sejenis, dan landasan teori.
3. BAB III Metode Penelitian, berisi waktu dan tempat penelitian, bahan penelitian, alat penelitian, prosedur penelitian, dan kerangka berpikir.

4. BAB IV Perancangan dan Desain Visual, berisi objek penelitian, konsep dasar perancangan, proses perancangan, dan hasil perancangan.
5. BAB V Penutup, berisi kesimpulan dan saran.
6. Bagian akhir sebagai daftar pustaka dan lampiran-lampiran.