

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pengembangan usaha mikro merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi di Kota Padang. Usaha mikro kecil di kota Padang terbukti mampu menjadi penggerak perekonomian di Kota Padang, serta berperan sebagai sumber pendapatan sebagian besar penduduk di Kota Padang. Usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan (Hasanah, et.al, 2020), skala usaha, dan omset relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas.

Industri roti (*bakery*) merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Di dalam ilmu pangan, roti dikelompokkan dalam produk *bakery*, bersama dengan *cake*, donat, biskuit, kraker, dan pie. Roti merupakan produk *bakery* yang paling pertama dikenal dan paling popular menengah ke atas. Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua lapisan masyarakat menjadikan peluang usaha industri roti ini semakin menjanjikan. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari analisa permintaan dan penawaran produk tersebut. Keadaan ini menjadikan skala usaha yang bergerak di bisnis roti pun beragam, mulai dari yang kecil atau bersifat *Home Industri*, menengah dan industri besar. Banyak

dijumpai perusahaan roti berskala kecil di seluruh Indonesia yang tetap bertahan dan mampu berkembang meskipun terkena dampak krisis ekonomi.

Kamil *Bakery* merupakan salah satu mikro yang bergerak dibidang roti. Kamil *Bakery* didirikan oleh Ibu Suarti yang beralamatkan di Gurun Laweh. RT.003/RW.002 Kel. Gurun Laweh. Kec. Nanggalo. Kota Padang. Kamil *Bakery* memproduksi berbagai macam roti diantaranya: Roti Tawar, Roti Manis, serta Roti Isi Berbagai Rasa. Untuk roti berbagai rasa dipasarkan dengan harga Rp. 2000/pcs.

Kamil *bakery* sudah memiliki desain logo yang diterapkan pada kemasan produk, namun penerapan tersebut belum mencapai target dari Kamil *Bakery* sendiri, masyarakat belum sepenuhnya mengenal identitas Kamil *Bakery* dan warga sekitar belum terlalu antusias dengan brand atau logo Kamil *Bakery* tersebut karena logo yang ada kurang menarik, tidak konsisten dan belum sesuai dengan image Kamil *Bakery* tersebut. Untuk mengefektif promosi Kamil *Bakery*, maka dibutuhkan *Redesign Logo* untuk meningkatkan citra perusahaan dan pembeda dengan perusahaan lainnya, serta dibutuhkan promosi dalam media cetak. Karena media cetak dapat memberikan informasi yang lebih lengkap.

Dengan demikin promosi tersebut agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Redesain mengacu pada sebuah proses perencanaan dan perancangan untuk melakukan suatu perubahan pada struktur dan fungsi suatu benda, bangunan, maupun sistem untuk manfaat yang lebih baik dari desain sebelumnya. Redesain logo Kamil *Bakery* dibutuhkan karena bentuk dan font

yang digunakan belum mewakili dari identitas perusahaan. Maka dengan itu, perancang akan meredesign Logo Kamil *Bakery* dengan mempertimbangkan tujuan yang akan dicapai dengan sebaik-baiknya demi meningkatkan pasar pada Perusahaan Kamil *Bakery*. Penerapan logo pada media promosi juga diharapkan dapat menjadi Solusi dalam hal promosi Kamil *Bakery* kepada lebih banyak Masyarakat yang akan mengetahui bahkan membeli produk Kamil *Bakery* tersebut agar menjadi pembeda dari banyaknya pesaing lain yang ada dipasaran.

Menurut Senamika (2021:402) Redesign terdiri dari 2 kata yaitu *re* dan *design*, dalam bahasa inggris penggunaan kata “*re*” mengacu kepada pengulangan atau melakukan kembali, sehingga *redesign* dapat diartikan sebagai mendesain ulang. *Redesign* mengandung pengertian merancang ulang sesuatu sehingga terjadi perubahan di dalam penampilan dan fungsi. *Redesign* logo tersebut bertujuan untuk lebih menimbulkan dan menonjolkan nama dari toko Kamil *Bakery* tersebut. Perancang akan membuat ulang (*redesign*) logo Kamil *Bakery* yang sudah ada menggunakan softwere yaitu Adobe Photoshop. Perancang akan membuat logo terbaru tersebut sebagus dan semenarik mungkin dan mencakup seluruh karakteristik dari Kamil *Bakery* tersebut agar menjadi pembeda dari banyaknya pesaing lain yang ada di pasaran. Dari banyaknya pesaing di pasaran pembaharuan atau upgrade ini diharapkan dapat lebih menimbulkan image yang baik dan kuat sehingga dapat menonjolkan brand identity dari toko Kamil *Bakery*.

Logo adalah elemen penting yang harus diperhatikan bagi UMKM. Secara bahasa, logo dapat diartikan sebagai simbol atau lambang yang memiliki makna tertentu. Dalam artikel yang ditulis oleh Aldo, Natadjadja, dan Febriani (2018), logo bisa berupa tulisan, sketsa, atau gambar yang memiliki makna atau arti khusus untuk suatu merek.

Sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Pemakaian logo, biasanya digunakan oleh pihak yang bersangkutan sebagai tanda pengenal kepada instansi maupun khalayak umum. Namun, kadangkala makna pada logo belum dapat dipahami oleh sebagian orang dengan baik. Perancang akan membuat logo tersebut sebagus dan semenarik mungkin serta mencakup seluruh karakteristik dari Kamil Bakery tersebut agar menjadi pembeda dari banyaknya pesaing lain yang ada di pasaran.

Oleh karena itu, untuk memecahkan segala persoalan sekaligus dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana desain, perancang memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian yang dituliskan dalam laporan tugas akhir dengan mengangkat judul perancangan, yaitu “Redesain Logo Kamil Bakery”

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurang nya daya tarik visual dari logo Kamil *Bakery* sebelumnya, sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian konsumen.

2. Perusahaan Kamil *Bakery* kurang menerapkan logo yang modern sebagai media promosi agar dapat menjadi pembeda dengan produk serupa.
3. Belum adanya inovasi yang menjadi upaya produk Kamil *Bakery* untuk dapat bersaing dengan produk serupa.

C. BATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, agar hasil penelitian tidak melenceng ataupun keluar dari konteks masalah yang akan dibahas, maka perancang perlu membatasi masalah penelitian yaitu:

1. Meredesain logo Kamil *Bakery* untuk menciptakan daya tarik yang lebih besar terhadap konsumen.
2. Pengembangan Logo yang lebih modern sebagai daya tarik konsumen terhadap Perusahaan Kamil *Bakery*.
3. Penerapan logo sebagai media promosi Perusahaan Kamil *Bakery* agar menjadi pembeda dengan Perusahaan seupa.

D. RUMUSAN MASALAH

Dari Batasan masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah yang diambil pada perancangan ini adalah :

1. Bagaimana meredesain Logo Kamil *Bakery* yang dapat menciptakan daya tarik lebih besar bagi konsumen?
2. Bagaimana merancang logo dengan tampilan modern yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Kamil *Bakery*?
3. Bagaimana penerapan Logo Kamil *Bakery* dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif dan membedakan Perusahaan serupa?

E. TUJUAN PERANCANGAN

Adapun tujuan perancangan *visual identity* Kamil *Bakery* yang hendak dicapai, yaitu :

1. Tujuan Umum

- a. Membuat kembali logo Kamil *Bakery* menjadi lebih modern dan menarik.
- b. Meningkatkan daya tarik konsumen serta berfungsi sebagai media promosi yang efektif.
- c. Memberikan dampak positif dari logo tersebut untuk Perusahaan Kamil *Bakery* sebagai pembeda dengan Perusahaan serupa.

2. Tujuan Khusus

- a. Merancang ulang Logo Kamil *Bakery* untuk menarik perhatian target pasar.
- b. Mengembangkan logo menjadi lebih modern yang mencerminkan identitas Kamil *Bakery*.
- c. Menggunakan logo untuk memperkuat identitas visual Kamil *Bakery*.
- d. Menerapkan logo sebagai media promosi Kamil *Bakery* untuk meningkatkan merek Perusahaan.

F. MANFAAT PERANCANGAN

Dari perancangan visual identity Kamil *Bakery* terdapat beberapa manfaat yang diperoleh oleh beberapa aspek, diantaranya adalah :

1. Bagi Kamil Bakery
 - a. Sebagai Upaya dalam membantu usaha Kamil *Bakery* untuk meningkatkan daya tarik konsumen melalui Logo.
 - b. Dapat meningkatkan dan memperkuat citra Perusahaan Kamil *Bakery* di mata konsumen.
 - c. Meningkatkan nilai merek Perusahaan Kamil *Bakery* sehingga lebih mudah untuk membedakan dengan merek Perusahaan serupa.
2. Bagi Masyarakat dan Konsumen Produk
 - a. Memudahkan Masyarakat dan konsumen dalam mengidentifikasi produk usaha Kamil *Bakery*
 - b. Membantu masyarakat untuk dapat membedakan usaha Kamil *Bakery* dengan merek usaha *bakery* lainnya.
3. Bagi Perancang
 - a. Sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk mencapai gelar sarjana desain.
 - b. Sebagai aplikasi ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dikembangkan dalam konsep pemikiran kreatif.
4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
 - a. Hasil karya dari *Redesain Logo Kamil Bakery* ini bisa menjadi dokumen bagi akademik.
 - b. Dapat menjadi referensi maupun acuan untuk mahasiswa selanjutnya.