

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak penduduk yang berprofesi sebagai pengusaha, terutama di bidang usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan sektor ekonomi yang penting bagi perekonomian Indonesia. Karena mampu menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. UMKM Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi domestik. Banyak penduduk Indonesia yang memiliki minat dan bakat berwirausaha, sehingga banyak mereka yang memiliki untuk menjadi pengusaha dan membuka usaha sendiri di berbagai sector.

Potensi UMKM kue cukup besar karena makanan manis seperti kue merupakan salah satu makanan favorit masyarakat. Kue merupakan salah satu cemilan yang banyak diminati oleh masyarakat, baik untuk acara formal maupun acara informal. Kue juga sering dijadikan sebagai hadiah atau oleh-oleh. permintaan yang tinggi ini memberikan peluang besar bagi usaha kue UMKM untuk berkembang dan peluang usaha yang menguntungkan.

Di provinsi Riau terdapat beberapa usaha di sektor kuliner contohnya usaha kue yang dijual di toko. Khususnya di Jl. Raya No. KM 7 Perawang, Kec. Tualang, Kabupaten Siak. Salah satunya adalah Sarmalinda Cake, usaha ini sebuah usaha homemade dalam bidang kuliner khususnya menyajikan berbagai macam jenis cake dan bakery. Didirikan oleh ibu Sarmalinda pada tahun 2018. Tokoh ini menjual beraneka ragam cake dan bakery yang lezat

dan tekstur yang lembut. Macam-macam kue yang dijual pun banyak seperti kue ulang tahun, kue basah, kue kering, kue khas daerah, dan masih banyak lagi. Harga yang ditawarkan di usaha kue ini pun cukup terjangkau.

Menurut survei yang telah dilakukan perancang. Usaha Sarmalinda Cake merupakan salah satu sentral oleh-oleh ketika berkunjung ke Perawang. Tetapi mereka belum mempunyai logo yang tetap. Ibu Sarmalinda selaku *owner* cake menyatakan bahwa identitas yang ada saat ini belum memiliki kekuatan untuk memberikan kesan yang baik, serta tidak sesuai dengan visi dan misi Sarmalinda Cake, dan tidak adanya citra dan makna dalam keunikan logo pada produk Sarmalinda Cake. Untuk itu usaha Sarmalinda Cake memerlukan logo baru sebagai identitas usaha mereka.

Adapun pengertian logo menurut Rustan (2013: 60-61) "perusahaan itu bagaikan manusia. mereka memiliki karakter pribadi, budaya dan prinsip-prinsip. Namun bagi banyak orang, mereka terlihat dingin (kaku) dan tidak berkepribadian. Tanpa tanda-tanda kehidupan. Identitas visual membuat mereka menjadi lebih manusiawi, dengan memberinya 'wajah' dan kepribadian dalam bentuk logo. Sedangkan *redesign* logo merujuk pada proses mengubah atau memperbarui tampilan sebuah logo yang sudah ada.

Hal ini bisa meliputi perubahan pada elemen desain, warna, tipografi, dan gaya visual agar sesuai dengan perkembangan zaman, target audiens yang berubah atau perubahan strategi perusahaan. Tujuan dari redesign logo adalah untuk memberikan kesan yang lebih segar, modern, relevan, dan menarik bagi konsumen.

Dalam hal ini, beberapa persoalan yang dapat dirumuskan dari objek penelitian usaha Sarmalinda Cake diantaranya yaitu seperti belum adanya penerapan logo yang signifikan. Belum konsisten dalam logo dan warna yang diterapkan sebagai pembeda pada usaha lain. Hal tersebut membuat usaha Sarmalinda Cake belum bisa memiliki citra yang kuat di masyarakat. Serta belum efektifnya aktivitas branding dalam sebuah usaha. Dengan beberapa penjabaran yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Sarmalinda Cake ini sangat membutuhkan proses perancangan ulang logo. Untuk mengefektif promosi Sarmalinda Cake.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka identifikasi masalah yang terjadi adalah:

1. Belum adanya penerapan logo Sarmalinda Cake yang signifikan.
2. Logo yang lama belum memiliki citra yang kuat sehingga belum efektifnya aktivitas branding.
3. Membutuhkan proses perancangan ulang logo.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah yang ditemukan adalah upaya menciptakan logo baru untuk meningkatkan citra dari Sarmalinda Cake.

D.Rumusan Masalah

Rumusan dari perancangan *redesign* logo Sarmalinda Cake adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dalam perancangan *redesign* logo untuk meningkatkan citra Sarmalinda Cake?
2. Bagaimana visualisasi *redesign* logo dalam meningkatkan citra Sarmalinda Cake?

E.Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan *redesign* logo Sarmalinda Cake ini adalah sebagai berikut:

1. Terciptanya strategi dalam perancangan *redesign* untuk meningkatkan citra Sarmalinda Cake.
2. Terciptanya *redesign* logo sarmalinda cake untuk meningkatkan citra yang sesuai dengan karakter, nilai, dan makna.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi penulis
 - a. Penulis dapat mengembangkan kemampuan perancangan yang didapatkan saat perkuliahan.
 - b. Dapat menambah ilmu dan pengalaman dalam menciptakan media promosi yang baik, benar, dan sesuai dengan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.
 - c. Sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk mencapai gelar sarjana stata satu (S1)
 - d. Promosi yang baik, benar, dan sesuai dengan unsur-unsur DKV.

2. Bagi Universitas

- a. Menjadi salah satu referensi bagi usaha mikro kecil menengah
- b. Sarmalinda Cake akan terbantu dengan adanya *redesign* logo ini, karena memiliki identitas baru, serta dapat menjadi citra yang baik di masyarakat.
- c. Adanya pengaplikasian logo kedalam media promosi yang efektif, sehingga dapat membantu menarik audiens.

3. Bagi Masyarakat

- a. Menjadi salah satu referensi bagi usaha mikro kecil menengah.
- b. Sarmalinda Cake akan terbantu dengan adanya *redesign* logo ini, karena memiliki identitas baru, serta dapat menjadi citra yang baik di masyarakat.
- c. Adanya pengaplikasian logo kedalam media promosi yang efektif, sehingga dapat membantu menarik audiens.

4. Bagi Instansi

- a. Terciptanya metode baru dalam perancangan logo.
- b. Menjadi salah satu referensi dalam menyempurnakan perancangan logo.
- c. Bahan dan rujukan evaluasi untuk perancangan berikutnya.