

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sulaman adalah seni atau teknik membuat hiasan tekstil dengan menggunakan jarum dan benang atau dengan cara merajut. Proses sulaman melibatkan menembus benang atau benang lainnya melalui bahan dasar, seperti kain atau kain sintetis, untuk membuat pola atau gambar tertentu. Sulaman bisa dilakukan dengan tangan atau menggunakan mesin sulam. Menyulam adalah menghias kain dengan menjahitkan benang pada kain secara dekoratif. Menghias kain dengan teknik sulam ada bermacam-macam bahan hiasnya, yakni: Sulam benang, yaitu kain yang disulam dengan benang hias atau benang sulam, sulam payet, yaitu kain yang disulam dengan payet/mote dan sulam pita, yaitu kain yang disulam dengan pita kain. Untuk sulam benang lebih dikenal dengan istilah sulam saja. Demikian pula, menyulam ada bermacam-macam cara atau teknik, yakni: teknik sulaman fantasi, aplikasi, bebas, melekatkan benang, melekatkan pita, mengubah corak dan atau menghias corak(Ny.Wasia R.P).

Sulaman telah menjadi bagian dari berbagai budaya di seluruh dunia selama berabad-abad dan digunakan untuk membuat pakaian, kerudung, taplak meja, selimut, dan dekorasi lainnya. Teknik sulaman dapat bervariasi mulai dari yang sederhana seperti titik-titik dasar hingga yang sangat rumit seperti sulaman renda atau sulaman yang memerlukan banyak warna dan detail halus. Sulaman juga dapat menggunakan berbagai jenis benang, termasuk benang katun, sutra, wol, dan

benang logam, untuk menciptakan efek yang berbeda sesuai dengan kebutuhan desain.

Bicara tentang kerajinan sulaman ini, maka tidak lengkap jika tidak menyebutkan nama daerah yaitu Sumatra Barat yang menjadi salah satu pusat produksinya, di Sumatra Barat banyak Kabupaten/Kota yang memproduksi sulaman ini. Seperti, Kabupaten Pasaman tepatnya di Kecamatan Rao, Nagari Padang Mantinggi ada sebuah usaha menengah yang juga memproduksi hasil sulaman yang tidak kalah bagusnyanya dengan yang lain. Usaha sulaman tradisional Sikambang Ameh yang berdiri sejak 1999 di Kecamatan Rao, Pasaman, Sumatera Barat, memiliki keunikan dalam teknik dan motif sulamannya. Sulaman ini dibuat secara manual menggunakan benang emas dengan motif yang mencerminkan kekayaan budaya lokal. Namun, di tengah pesatnya perkembangan industri kreatif dan visual branding, usaha ini belum memiliki identitas visual yang kuat seperti logo dan sistem komunikasi visual lainnya.

Ketiadaan identitas visual menyebabkan usaha ini sulit dikenali dan kalah bersaing dengan produk-produk kriya lainnya yang telah mengadopsi strategi branding modern. Oleh karena itu, perlu adanya upaya strategis melalui perancangan identitas visual berupa logo yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai budaya dari Sikambang Ameh, serta penerapannya dalam media promosi yang efektif.

Salah satu solusi strategis adalah melalui perancangan logo sebagai identitas visual, yang mampu menjadi wajah dari kerajinan tersebut. Logo memiliki peran vital dalam membangun citra, membentuk persepsi masyarakat, serta

mengkomunikasikan nilai-nilai budaya dalam bentuk simbol yang ringkas namun bermakna (Landa, 2019). Logo tidak hanya memperkuat branding produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat pelestarian visual dalam konteks digital dan global.

Dari sisi pengembangan desain, proses perancangan logo juga harus mengacu pada prinsip *cultural aesthetics* yakni memadukan nilai visual tradisional dengan teknik desain modern seperti grid system, semiotika warna, dan adaptabilitas lintas media. Studi dari Prasetya & Harjanto (2022) menunjukkan bahwa logo untuk produk kerajinan tradisional yang dibangun dari eksplorasi motif budaya lokal—seperti songket, karawo, atau batik—berhasil meningkatkan ketertarikan pasar terhadap produk tersebut secara signifikan, terutama jika dikemas dalam strategi visual terpadu.

Sementara itu, penelitian oleh Aditya (2023) dalam Jurnal DKV UNJ juga menyoroti pentingnya *local storytelling* dalam visual branding. Ia menekankan bahwa logo dan identitas visual produk budaya akan lebih kuat jika dibangun dari narasi yang otentik, seperti cerita pengrajin, filosofi motif, hingga sejarah lokalitas produk tersebut. Hal ini menjadikan perancangan logo bukan sekadar aspek estetis, tetapi bagian dari strategi naratif yang berakar pada kearifan lokal.

Diharapkan dengan adanya perancangan ini, usaha sulaman Sikambang Ameh dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi salah satu usaha sulaman di Pasaman yang dikenal dan mampu bersaing di pasar modern hingga internasional.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh usaha sulaman *Sikambang Ameh*, yaitu:

1. Sikambang Ameh belum memiliki logo atau identitas visual dalam merepresentasikan nilai budaya serta karakteristik khas dari produk sulamannya.
2. Media promosi yang digunakan masih sangat terbatas, baik dalam bentuk cetak maupun digital.
3. Belum diterapkannya strategi komunikasi visual yang terstruktur menyebabkan citra usaha belum terbentuk dengan baik.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi perancangan ini sebagai:

1. Merancang identitas visual berupa logo utama untuk usaha sulaman *Sikambang Ameh* yang mampu merepresentasikan nilai budaya lokal, karakteristik usaha, serta estetika tradisional yang khas.
2. Mengembangkan media promosi visual dalam bentuk cetak maupun digital sebagai upaya memperkenalkan dan memperluas jangkauan pemasaran produk kepada masyarakat lokal maupun nasional.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang logo sebagai identitas visual utama yang mencerminkan nilai budaya dan karakteristik dari usaha sulaman Sikambang Ameh?
2. Media visual apa saja yang efektif untuk mendukung promosi usaha Sikambang Ameh agar lebih dikenal oleh masyarakat luas?
3. Strategi komunikasi visual seperti apa yang tepat digunakan untuk memperkuat citra dan daya saing produk Sikambang Ameh di pasar lokal dan nasional?

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan identitas visual pada usaha Sulaman Sikambang Ameh adalah sebagai berikut:

1. Merancang logo sebagai identitas visual utama yang mencerminkan karakter, nilai budaya, dan keunikan dari usaha Sulaman Sikambang Ameh secara estetis dan mudah dikenali.
2. Membangun sistem identitas visual yang konsisten melalui elemen-elemen grafis seperti warna, tipografi, dan layout untuk memperkuat citra usaha.
3. Mengaplikasikan identitas visual pada media promosi yang relevan dan efektif guna memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan daya saing usaha di pasar modern.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Usaha Sulaman Sikambang Ameh

- a. Memberikan identitas visual yang kuat dan profesional untuk meningkatkan citra serta daya saing usaha di pasar lokal maupun nasional.
- b. Membantu memperluas jangkauan pemasaran melalui media promosi yang menarik dan komunikatif, baik secara cetak maupun digital.

2. Bagi Masyarakat (Target Audiens)

- a. Meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap warisan budaya lokal dalam bentuk produk kriya tradisional yang dikemas secara modern.
- b. Memudahkan masyarakat dalam mengenali dan membedakan produk Sulaman Sikambang Ameh dari produk sejenis lainnya.

3. Bagi Perancang (Mahasiswa)

- a. Memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan teori dan prinsip desain komunikasi visual untuk menyelesaikan permasalahan nyata di lapangan.
- b. Melatih kemampuan berpikir kritis, analitis, dan kreatif dalam proses perancangan visual yang sesuai dengan kebutuhan klien dan audiens.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a. Menambah kontribusi referensi karya ilmiah di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks branding untuk UMKM.

- b. Memberikan contoh studi kasus penerapan desain sebagai solusi strategis dalam mendukung penguatan identitas usaha tradisional.
- c. Menjadi acuan atau inspirasi bagi mahasiswa dan peneliti lain dalam merancang identitas visual untuk sektor kriya, budaya, dan ekonomi kreatif.