

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Karupuak Jangek atau yang biasa kita sebut kerupuk kulit adalah salah satu makanan ringan khas Minangkabau yang bersumber dari kulit sapi pilihan yang sudah diolah secara tradisional untuk dapat kita konsumsi. *Karupuak Jangek* juga sangat baik untuk mereka yang mengalami gejala penyakit maag.

Maka dari itu dilakukan beberapa proses, mulai dari perebusan, pencincangan, penjemuran, penggorengan hingga dua kali untuk dapat dikonsumsi. Namun untuk perlu diketahui bersama, bahwasanya dengan mengonsumsi *Karupuak Jangek* ini sangat baik dikarenakan begitu kaya akan serat dan vitamin yang terkandung didalamnya. Dan dalam satu bulat kerupuk tersebut biasanya memiliki berat kira-kira sekitar 15 gr jika dikonversikan maka kandungannya adalah 71,4 kalori, 0,015 gr protein, 3,3 gr lemak dan 10,6 gr karbohidrat.

Karupuak Jangek umumnya di jual dengan 2 versi, yaitu versi jadi atau yang sudah di goreng, dan versi yang belum di goreng atau biasa di sebut dengan *latua*. *Latua* adalah salah satu proses pembuatan *karupuak jangek*, karena *karupuak jangek* tidak akan bisa langsung di goreng jadi, tanpa proses ini.

Untuk konsumen rumahan kebanyakan permintaan pemesanannya adalah dalam bentuk *latua*, karena pembelian dalam bentuk ini konsumen

dapat mengatur sendiri segi takaran, size dan tingkat kegurihan dari karupuak jangek itu sendiri, karena keuntungan-keuntungan tersebut harganya pun lebih mahal jika dibandingkan dengan harga yang *karupuak jangek* yang sudah siap saji.

Karupuak Jangek juga dapat kita jumpai di rumah makan khas Minangkabau atau di pusat oleh-oleh khas Minangkabau. Bagi sebagian orang, *Karupuak Jangek* dijadikan sebagai pelengkap wajib disaat bersantap makan. Kerupuk ini termasuk salah satu yang paling di sukai oleh setiap masyarakat, dan salah satu suplier terbesar dari usaha *karupuak jangek* ini adalah “Karupuak Jangek Pusako Minang” yang berada di daerah Koto Marapak, Magek, Bukittinggi, Sumatera Barat.

Karupuak jangek pusako minang ini berdiri dari tahun 1990 dan termasuk dalam 5 suplier terbesar di daerah Sumatra Barat, karna distributor nya sudah tersebar luas khusus nya di wilayah Sumatra Barat, antara lain, Kalimantan, Bangka Belitung, Tanjung Pinang, Jambi, kerinci dan wilayah – wilayah lainnya.

Usaha karupuak jangek ini adalah usaha turun menurun yang pertama kali di kelola oleh HJ.Aziar yang kemudian di teruskan oleh anak kandung beliau sendiri yaitu bapak Hendra sampai saat sekarang ini. Pusako minang sendiri saat ini sudah mempunyai 5 orang pegawai tetap, yang mempunyai beberapa tugas yaitu, satu orang bertugas untuk membungkus karupuak yang akan di jual ke warung-warung, satu orang bertugas menjadi supir yang akan mengantarkan karupuak, dan tiga orang sisanya saling bantu membantu dalam proses pembuatan, dari mulai pembersihan hingga penggorengan.

Karupuak Jangek Pusako Minang yang terbilang masih sederhana, tampilan kemasan produk ini pun dapat dikatakan belum mempunyai ciri khas tersendiri dari produk pesaing yang ada di sekitarnya. Dan juga Pusako Minang belum mempunyai logo nya sendiri dimana ini juga akan berdampak untuk pemasaran.

Masyarakat pada umumnya juga belum mengenal *Karupuak Jangek* Pusako Minang sebagai Suplier atau pemasok dari karupuak jangek, kebanyakan yang tau tentang *Karupuak Jangek* Pusako Minang hanyalah para distributor – distributor yang berkecimpung di dunia yang sama. Ditambah dengan minimnya media promosi yang di gunakan oleh pemilik, dan media cetak promosi pun masih minim dan kurang menarik karna belum di lakukan dengan manajemen promosi yang baik.

Branding secara sederhana dapat diartikan sebagai proses pengelolaan merek sebuah organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan ekuitas merek (*brand equity*) dalam jangka panjang. Manajemen juga dapat berarti bagian tertentu dalam perusahaan yang memiliki tanggung jawab diantaranya merancang identitas merek dan mengelolanya untuk mendapatkan efektivitas maksimal dan memastikan bahwa merek tidak terganggu oleh tindakan taktis pesaing.

Melihat permasalahan di atas dan berdasarkan observasi dan wawancara maka penulis akan membantu usaha *Karupuak Jangek* Pusako Minang untuk lebih menekankan brand mereka kepada para konsumen dan membantu mereka dalam merancang media – media promosi yang dapat menjangkau masyarakat luas dan juga meningkatkan daya jualnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang dikembangkan pada latar belakang masalah yang di temukan dari penjelasan di atas, pada bagian ini penulis mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan berdasarkan ranah desain komunikasi visual, maka identifikasi masalah yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Masih banyak masyarakat yang belum mengenal *Karupuak Jangek* Pusako Minang
2. Belum ada media-media promosi yang efisien untuk lebih mendukung promosi usaha *Karupuak Jangek* Pusako Minang
3. Belum maksimalnya media promosi *Karupuak Jangek* pusako Minang yang sudah ada sebelumnya.
4. Belum adanya penerapan visual sehingga karakteristik dari perusahaan belum terlihat.

C. Batasan Masalah

1. Merancang logo yang akan memunculkan karakteristik perusahaan dan menambah nilai jual kepada masyarakat luas.
2. Menerapkan dan mengaplikasikan identitas visual kedalam media cetak maupun media digital yang berkaitan dengan promosi.

D. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang di jelaskan, maka rumusan masalah yang di ambil pada perancangan karya akhir ini adalah :

1. Bagaimana merancang sebuah logo yang bisa mewakili semua aspek yang ada di dalam perusahaan.
2. Bagaimana merancang *Visual Branding* yang dapat memunculkan identitas produk dan informasi terkait dengan produk pusako minang.
3. Bagaimana perancangan *Visual Branding* untuk mempromosikan usaha *Karupuak Jangek* Pusako Minang yang efektif, menarik, dan komunikatif.

E. Tujuan Perancangan

Adapun beberapa tujuan yang hendak di capai penulis dalam penyelesaian penulisan ini antara lain :

1. Merancang logo yang akan mencerminkan Pusako Minang.
2. Menciptakan satu bentuk identitas visual yang efektif, unik dan memiliki ciri khas sendiri serta mempunyai identitas visual tersendiri.
3. Merancang media-media untuk menunjang pemasaran yang sesuai dengan target pasar dan target audience yang tepat sehingga menjadi media yang komunikatif dan informative.

F. Kegunaan Perancangan

Kegunaan yang ingin dicapai pada *Branding Karupuak Jangek* Pusako Minang ini untuk Desain Komunikasi Visual adalah

1. Bagi Universitas

- a. Menjadi bahan pembelajaran atau acuan bagi penulis lainya.
- b. Sebagai bahan pembelajaran dalam bentuk karya maupun media cetak.

2. Bagi Unit Usaha

- a. Memiliki Brand baru sebagai bahan promosi dalam menambah angka penjualan dan pemasaran.
- b. Memiliki suatu karakteristik untuk menekankan image usaha.

3. Bagi Masyarakat

- a. Lebih memperkenalkan *karupuk jangek* kepada masyarakat luas.
- b. Memikat perhatian masyarakat untuk mencoba produk dari Pusako Minang.

4. Bagi Penulis

- a. Bisa mengaplikasikan ilmu yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual.
- b. Mendapatkan Pengalaman secara nyata dalam memecahkan persoalan nyata yang dihadapi sehingga dapat berguna untuk bekal dalam menentukan langkah .