

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal dengan begitu banyak warisan budaya, suku-suku yang beragam, kesenian, sampai dengan keterampilan kerajinan tangan. Khususnya di Jawa Barat memiliki banyak beragam kerajinan tradisional. Banyaknya daerah di Jawa Barat menjadikan kaya akan kerajinan khas yang dibuat dari daerah yang berbeda-beda. Seperti kerajinan tangan kesenian wayang golek dari Bandung, kerajinan cotom dari Indramayu, dan anyaman bambu dan dedaunan dari Tasikmalaya. Tasikmalaya memiliki khas kuliner terkenal seperti keripik sukun, wajit, sale pisang, opak, tutug oncom, kolontong, rengginang, dan khas kerajinan seperti batik Tasikmalaya, kelom geulis, dan payung geulis (Alib M dalam javatravel.net, 2019).

Tasikmalaya merupakan salah satu daerah yang dikenal dengan keberagaman dalam membuat kerajinan rumahan yang memiliki pesona unik, hal inipun diakui oleh Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Provinsi Jawa Barat, Ibu Atalia Praratya Kamil (dalam jabarprov.go.id, 2019), dengan masyarakat yang memiliki keterampilan yang apik dalam menganyam sehingga mampu membuat kerajinan yang unik, menjadikan sebuah potensi untuk berkembang dengan memanfaatkan kekayaan alam sekitar seperti daun pandan dan daun mendong. Dikenal sebagai pusat kerajinan tradisional, karena banyaknya penduduk setempat khususnya daerah Rajapolah yang berminat dan juga memiliki banyak peluang untuk menjadikan kerajinan sebagai mata pencaharian. Hal ini dapat mengangkat perekonomian daerah sekitar dengan peminat dan banyaknya pengunjung yang tertarik kepada kerajinan Tasikmalaya. Kerajinan yang biasa dibuat adalah tas, sandal, topi, box dan clutch (Heni Nursyamsiah, 2020). Dari potensi inilah menjadikan kerajinan Tasikmalaya memiliki daya tarik untuk wisatawan dalam dan luar negeri.

Semakin banyaknya peminat dalam usaha kerajinan, semakin berat pula bagi UMKM untuk bersaing dalam ruang lingkup yang sama, banyaknya penduduk yang bermata pencaharian kerajinan menjadikan persaingan yang ketat antara satu dan lainnya. Hal ini menjadikan pemilik usaha berlomba-lomba dalam menarik perhatian wisatawan. Pengrajin mengharapkan pemerintah ikut mempromosikan hasil karya dari para pengrajin yang mengandalkan penghasilannya dari kerajinan tangan, di mana kerajinan ini bagi warga Rajapolah merupakan warisan dari nenek moyang dan leluhur (Cahyani, dalam radartasikmalaya.com, 2020). Seperti yang dirasakan salah satu UMKM kerajinan di Rajapolah yaitu Titaz Craft, yang ikut mengalami hal tersebut.

UMKM Titaz Craft merupakan UMKM yang menaungi sekitar 200 lebih pengrajin, dengan sistem mengantarkan bahan baku ke rumah para pengrajin atau pengrajin yang datang untuk mengambil bahan tersebut, lalu pengrajin akan membuat kerajinan dari bahan tersebut, dan 2 minggu kemudian Titaz Craft akan datang kembali untuk mengambil bahan yang telah menjadi kerajinan yang berupa tas, sandal, topi, box dan clutch dari rumah para pengrajin. Promosi produk yang dilakukan oleh Titaz Craft melalui media sosial Instagram, Facebook, WhatsApp dan Website. Titaz Craft telah menjual produk kerajinan ke berbagai wilayah di Indonesia dan menjual ke luar negeri seperti Jerman, Jepang, dan Prancis, untuk penjualan ke luar negeri Titaz Craft bisa menjual hingga ribuan produk kerajinan. Akan tetapi Titaz Craft memiliki kendala yaitu identitas visualnya, seperti logo yang tidak konsisten karena telah melakukan beberapa kali ganti logo dan tampilan logo yang kurang mumpuni untuk menggambarkan identitas dari Titaz Craft yang mana seluruh produk yang dijual merupakan kerajinan anyaman sehingga kurangnya *awareness* terhadap Titaz Craft, dan logo Titaz Craft ini belum didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Kementerian Hukum dan HAM. Dalam wawancara bersama salah satu konsumen Titaz Craft yaitu Ibu Lida Nurwahidah (2020) menyayangkan tampilan media promosi dari Titaz Craft yang kurang menarik. Hal ini membuat konsumen yang melihatnya tidak yakin

menjadi kurangnya *awareness* dan kepercayaan terhadap produk yang dijual dan memiliki banyaknya pesaing membuat Titaz Craft cukup kesulitan dalam melakukan promosi karena keterbatasan dalam membuat identitas yang konsisten. Hal inilah yang membuat Titaz Craft kesulitan dalam mengembangkan produk kerajinan lokal lebih luas. Apabila produk kerajinan Tasikmalaya dikelola dan ditingkatkan promosi serta berinovasi maka akan memberikan peluang yang lebih baik di pasar internasional (Mantan Wali Kota Tasikmalaya Bapak Budi Budiman dalam jabar.antaranews.com, 2019).

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Logo sebagai bagian dari identitas visual yang masih beragam belum konsisten dan kurang mempunyai dalam meningkatkan *awareness* agar Titaz Craft lebih dikenal masyarakat.
2. Telah melakukan promosi diberbagai media sosial tetapi tampilannya kurang menarik dan kurang efektif.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi tersebut, dapat di ambil rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

Bagaimana merancang ulang identitas visual Titaz Craft dan perancangan logo yang akan dibuatkan *Graphic Standard Manual* (GSM) yang konsisten untuk diterapkan pada berbagai media promosi agar meningkatkan *awareness* dan dikenal oleh masyarakat luas?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk menghindari adanya ruang lingkup terlalu luas, maka penulis membuat batasan masalah untuk tugas akhir ini, diantaranya :

1. Apa (*What*)

Perancangan ini berfokus pada perancangan ulang identitas visual untuk UMKM Titaz Craft dan penerapan media promosi yang tepat untuk pemasaran produknya.

2. Siapa (*Who*)

UMKM Titaz Craft.

3. Dimana (*Where*)

Rajapolah – Tasikmalaya.

4. Kapan (*When*)

Pelaksanaan penelitian dan perancangan dilakukan mulai dari bulan Oktober 2020 hingga bulan Juli 2021.

5. Mengapa (*Why*)

Perancangan ini dibuat untuk membantu UMKM Titaz Craft untuk lebih maju dengan identitas yang mampu membuat masyarakat percaya dan tertarik pada produk Titaz Craft melalui promosi pada media yang dimiliki Titaz Craft.

6. Bagaimana (*How*)

Melakukan perancangan ulang identitas visual dan media promosi untuk membuat Titaz Craft lebih dikenal masyarakat luas dengan identitas yang konsisten pada setiap media promosinya.

7. Target

Target *audiens* dari perancangan ini merupakan masyarakat Tasikmalaya dan masyarakat diluar Tasikmalaya, dari kalangan pria maupun wanita dengan rentang usia 30-45 tahun.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah merancangan ulang identitas visual agar memiliki identitas yang konsisten dari UMKM Titaz Craft atau produk dijual dan untuk lebih dikenal masyarakat luas, dengan memperbaiki promosi di media sosial agar menjadi lebih baik untuk menarik perhatian masyarakat.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Primer

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah jenis wawancara tidak terstruktur, yang mana wawancara ini dilakukan kepada pihak terkait dengan fenomena yang diteliti serta narasumber yang berkaitan dengan tema penelitian (Soewardikoen, 2019:57). Pada perancangan ini akan dilakukan wawancara mendalam kepada pemilik usaha Titaz Craft, konsumen dari Titaz Craft, dan seorang ahli dalam logo.

2. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013:199). Pada perancangan ini akan dibuatkan kuesioner untuk target pasar dari Titaz Craft dengan minimal 100 responden, sesuai pendapat Roscoe dalam buku Sugiyono (2011:90) bahwa ukuran sampel yang layak dan pantas dalam penelitian yaitu antara 30 hingga 500.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2012:145) observasi yaitu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang akan dilakukan yaitu dengan mendatangi lokasi usaha Titaz Craft dan melakukan observasi terhadap desain-desain terdahulu.

b. Sekunder

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan landasan teori yang digunakan untuk membahas masalah yang sedang dikaji atau dikerjakan dari sisi teori yang berlaku. Landasan teori tersebut berfungsi untuk memahami

masalah secara lebih baik, membantu mendeskripsikan masalah secara lebih dalam juga jelas, serta mengetahui keterkaitan antara masalah yang dikaji dengan masalah lain yang mempunyai hubungan (Sarwono, 2006). Pada metode ini akan digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi melalui buku, *ebook*, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian dan perancangan identitas visual dan promosi agar lebih lengkap dalam mendata penelitian untuk Titaz Craft.

1.5.2 Metode Analisis Data

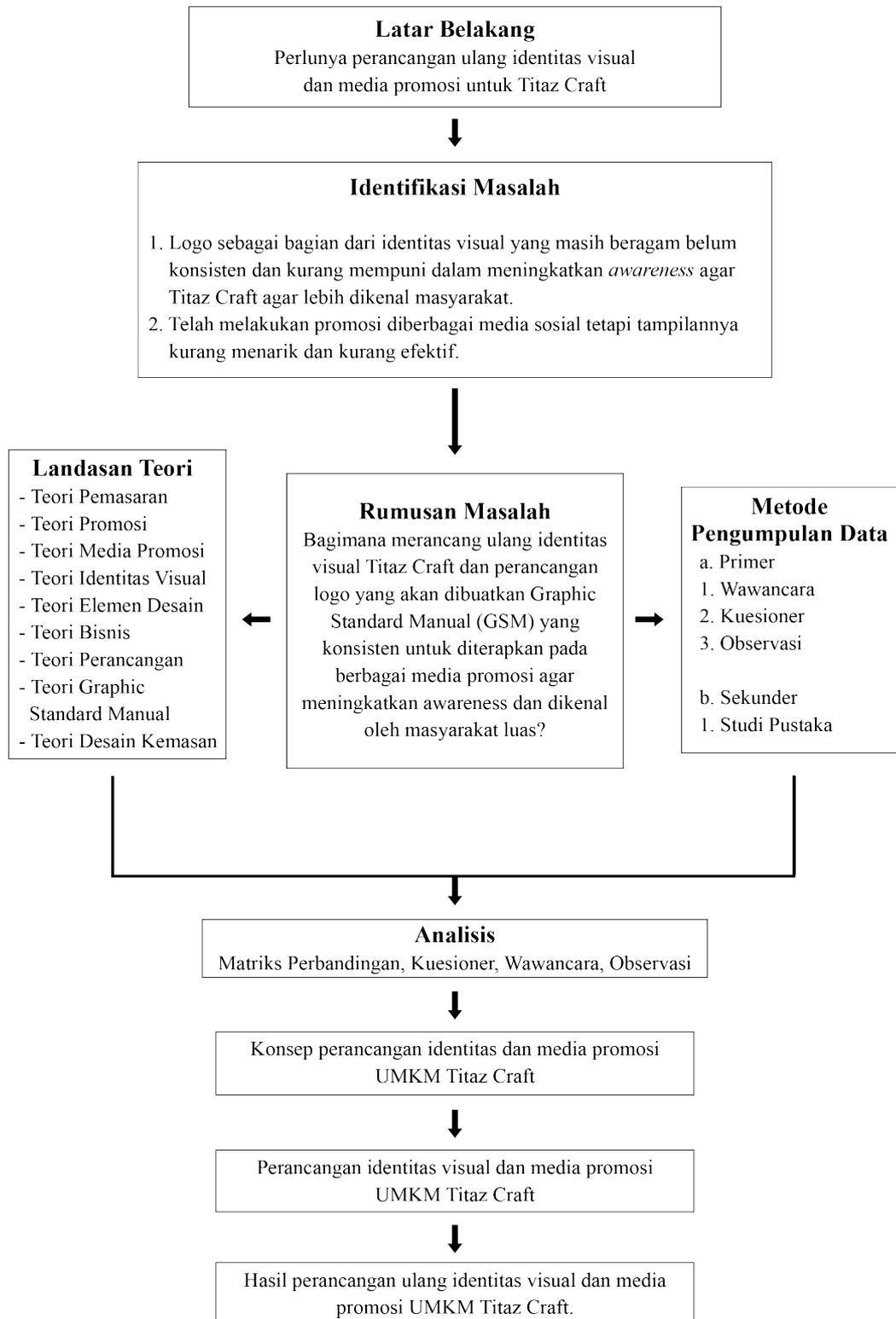
1. Analisis Matriks Perbandingan

Matriks merupakan jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan, dengan terdiri dari kolom dan baris yang mewakili dua dimensi berbeda, yang dapat berupa konsep ataupun kumpulan informasi, yang kemudian dapat mengarahkan kepada kesimpulan (Soewardikoen, 2019:104-105).

2. Analisis Kuesioner

Data kuantitatif adalah hasil perhitungan dari poin-poin variabel objek penelitian. Dari hasil perhitungan tiap unsur yang ditanyakan kepada responden dapat diketahui mana unsur yang signifikan tinggi dan unsur yang lemah. Penafsiran terhadap hasil hitungan yang signifikan dari suatu variabel jika dihubungkan dengan gejala yang terjadi dapat diperbandingkan menjadi suatu sebab-akibat. Pada data kuantitatif ini lebih baik ditampilkan dalam bentuk bagan atau *charts* (Soewardikoen, 2019:99).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi

1.7 Sistematika Penulisan/Pembabakan

Penyusunan laporan kerja profesi berdasarkan sistematika penulisan yang memudahkan dalam penyusunan laporan dan agar penulisan dapat mudah dipahami. Sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisikan mengenai latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis, kerangka pemikiran, serta sistematika penulisan atau pembabakan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab dasar pemikiran akan menjelaskan teori-teori penunjang perancangan, teori yang digunakan merupakan teori yang relevan, sebagai landasan perancangan, untuk acuan dalam merancang, menguraikan, menganalisis suatu masalah, dan mampu digunakan sebagai tolok ukur untuk perancangan Titaz Craft.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab data dan analisis masalah akan menjelaskan tentang data hasil survey kuesioner, menganalisis data untuk perancangan Titaz Craft yang telah didapatkan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab konsep dan hasil perancangan akan menjelaskan mengenai konsep pesan, konsep kreatif (pendekatan), konsep visual (moodboard, ilustrasi, tipografi, warna, layout), konsep media (perencanaan media, media yang digunakan), konsep bisnis, dan hasil akhir perancangan.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisikan kesimpulan dari keseluruhan perancangan yang telah dibuat dan saran.