PROMOSI BRAND MUNA98CRAFT MELALUI PERANCANGAN VISUAL BRANDING (LOGO)

M.Ficky aulia
Stimik-Amik Bandung
ficky@stimik-amik.ac.id

Sahila Muna Atalina
Universitas Nusa Putra
sahila.muna@nusaputra.ac.id

Tulus Rega Wahyuni E
Universitas Nusa Putra
tulus@nusaputra.ac.id

ABSTRAK

Perancangan Visual Branding Produk Kerajinan Berbahan Dasar Bambu Muna98Craft di Sukabumi ditujukan untuk memperkenalkan brand Muna98Craft. Perancangan logo dari visual branding diambil dari bentuk tanda tangan yang menyerupai produk perahu yang diunggulkan dari produk kerajinan Muna98Craft. Serta penggunan konsep dan visi misi dari perusahaan Muna98Craft. Perancangan utama adalah logo. Kemudian media pendukungnya berupa media Online di antaranya Youtube,Instagram,Facebook.

Katakunci: Visual Branding; Muna98Craft; Media;

ABSTRACT

Visual Design of Branding Products Muna98Craft Bamboo Based Crafts in Sukabumi is intended to introduce muna98craft brand. The design of the logo of visual branding is taken from a signature form that resembles a boat product that is featured from muna98craft handicraft products. As well as the use of the concept and mission vision of the company Muna98Craft. The main design is the logo. Then the supporting media in the form of online media including Youtube, Instagram, Facebook.

Keywords: Visual Branding; Muna98Craft; Media;

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya industri kreatif bukan sesuatuyang baru di Indonesia. Kegiatan-kegiatan ekonomi dan perdagangan yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok usaha tanpa disadari telah masuk dalam kegiatan industri kreatif. Hal ini terjadi karena istilah industri kreatif tidak dikenal oleh masyarakat.

Pada masa setelah kemerdekaan, pertumbuhan ekonomi kreatif berjalan dengan lambat dan mengalami perubahan, hingga pada tahun 1965, industri kreatif di Indonesia mulai memperluas bentuknya ke bidang ekonomi, sehingga disebut dengan ekonomi kreatif. Kemudian, sejak tahun 1997 mulai terjadi pembagian Industri kreatif dan terbagi menjadi 14 sektor, salah satunya adalah sektor kerajinan.

Kerajinan adalah kegiatan seni dari hasil keterampilan tangan. Kerajinan yang dibuat biasanya dapat terbuat dari berbagai bahan. Salah satunya menggunakan bahan berbahan dasar bambu. Seperti kerajinan yang dibuat oleh Muna98Craft yang bahan utamanya terbuat dari bambu, dan dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai dan juga furnitur atau barang untuk perlengkapan rumah. Selain itu, ketersediaan sumber-sumber daya yang mudah didapat, banyaknya peluang usaha, kondisi lingkungan yang kondusif dan mudah menerima hal baru menjadikan peluang menjadi kota Industri kreatif.

Banyaknya bambu yang tumbuh di Indonesia juga menjadikan negara kita termasuk negara yang mempunyai spesies bambu terbanyak di Dunia. Di negara Indonesia terdapat kurang lebih sebanyak 140 jenis bambu. Semua bagian dari tanaman bambu ini

mulai dari akar, batang, daun, kelopak bahkan bambu muda dapat dimanfaatkan berbagai macam keperluan misalnya dijadikan bentuk baru salah satunya yaitu dapat menjadi kerajinan dan furnitur ataupun barang yang lainnya seperti yang kita ketahui sekarang.

Muna98Craft merupakan usaha yang bergerak di bidang kreatif berskala industri rumahan yang memproduksi kerajinan tradisional yang berbahan dasar utama bambu. Usaha kreatif ini mulai dirintis sejak tahun 1998 dengan pertama kali hanya memiliki varian produk yang masih sangat minimum. Usaha ini memiliki rumah produksi di Jl. Raya Kalapanunggal, Cisarua, RT 016, RW 003, Berekah , Bojong Genteng, Sukabumi. Pemilik sekaligus pimpinan usaha ini adalah Ahmad Muslih. Selama 22 tahun usaha ini telah dirintis, usaha ini masih belum memiliki identitas visual dan sarana-sarana promosi secara khusus melainkan hanya promosi dari mulut ke mulut, dan hubungan pertemanan saja.

Berkaitan dengan hal tersebut, dibutuhkansarana-sarana promosi yang terkait dengan kekuatan visual agar menjadi identitas yang dapat mendukung sesuai perkembangan zaman yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen usaha dari Muna98Craft, guna menghasilkan Perancangan Visual Branding Produk Muna98Craft.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Rianti Retno 2019 dalam bukunya yang berjudul Pertumbuhan Industri Kreatif di Indonesia Loka aksara. Pada tahun 1990 pertama, beberapa kota yang berada di Inggris mulai mengalami penurunan produktivitasnya dikarenakan mulai beralihnya pusat industri dan proses produksi ke beberapa negara-negara berkembang yang menawarkan bahan baku, harga produksi dan jasa yang tidak mengeluarkan begitu banyak biaya. Menanggapi kondisi perekonomian yang tidak baik, calon perdana menteri inggris yang bernama Tony Blair dan New Labour Party menawarkan jadwal pemerintahan yang bertujuan untuk memperbaiki sikap dan kualitas hidup dari warga Inggris dan memastikan kepemimpinan Inggris dalam persaingan dunia di era millenium baru, salah satunya dengan mendirikan Sumbangan nasional untuk seni dan pengetahuan yang bertujuan untuk mendanai pengembangan bakat-bakat muda di negara Inggris.

Setelah menang dalam pemilihan umum 1997, Toni Blair sebagai perdana menteri Inggris melalui menteri kebudayaan, media dan olah raga membentuk Gugus Tugas Industri Kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Inggris. Kemudian Pada tahun 1998, Gugus Tugas Industri Kreatif mulai mempublikasikan hasil pemetaan industri kreatif Inggris yang pertama.

Di sisi lain, sejak pertengan tahun 1990-an, perkembangan di bidang informasi, pengetahuan dan kreatif juga ikut memicu lahirnya wacana mengenai industri kreatif yang sangat ini menjadi fenomena global. Tidak hanya ada di negara maju, perkembangan industri kreatif juga telah tumbuh begitu pesat di beberapa negara berkembang yaitu di negara Cina, India, Brazil, Argentina, Meksiko, dan bahkan di Burkina Faso yang terletak di daratan Afrika. Di beberapa negara ini sektor industri kreatif telah berkontribusi terhadap Gross National Product (GNP) sebesar 3 % (OAST Culture Series,2003).

Industri ktreatif semakin tumbuh dan berekembang di Indonesia saat ini. Industri kreatif diperkiraakan dan diharapkan dapat menjadi penopang ekonomi negara bersama UKM, menyejahterakan bangsa.

Peningkatan PDB (Produksi Domestik Bruto), Pengurangan pengangguran dan peningkatan nilai ekspor memberikan kontribusi dan arti pentinng industri kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah secara serius mendorong industri kreatif ini untuk tumbuh dan berkembang.

Pada dasarnya industri kreatif bukan sesuatu yang baru di indonesia. Kegiatan-kegiatan ekonomi dan perdagangan yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok usaha tanpa disadari telah memasuki ke dalam kegiatan industri kreatif. Hal ini terjadi karena istilah industri kreatif tidak dikenal oleh masyarakat.

Awal mula munculnya industri kreatif di Indonesia apabila dirujuk dari definisi tersebut adalah pada zaman penjajahan Belanda karena pada saat itu rakyat Indonesia aktif dalam mengeksploitasi segala macam daya kreasi dan daya cipta dengan bermacam kreatifitas agar dapat merebut kemerdekaan.

Pada masa setelah kemerdekaan pertumbuhan industri kreatif berjalan dengan lambat dan mengalami perubahan, hingga pada tahun 1965, industri kreatif di Indonesia mulai memperluaskan bentuknya ke bidang ekonomi, sehingga disebut ekonomi kreatif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode deskriptif kualitatif. metode Kuantitatif yaitu dengan menyebar kuesioner melalui google form untuk Metode Kualitatif Deskriptif dengan melakukan wawancara. Metode Kuantitatif dilakukan dengan mengirimkan link google form kepada target yang dituju. Dan untuk melakukan Wawancara kepada pemilik perusahaan.

Dalam penelitian ini data tersebut diperoleh dari data berupa catatan wawancara, dari catatan lapangan, foto dari hasil observasi, dokumen pribadi. Penelitian kualitatif menghasilkan data penggambaran yang berupa ucapan maupun tulisan, dan perilaku orang yang sedang diamati. Laporan hasil penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi deskriptif penyajian dari laporan tersebut. Data dalam penelitian ini berupa uraian- uraian yang berkaitan dengan Visual Branding, minat beli masyarakat Keberhasilan Muna98Craft dalam Branding-nya. Sementara metode Kuantitatif dilakukan dengan mengirimkan link Google Form, Google Form adalah layanan dari Google yang memungkinan anda untuk membuat survei, Google Form memudahkan untuk membuat sekaligus mengoleksi atau mengumpulkan sebuah data. Lalu Google Form juga akan mengumpulkan data dengan baik dan tentunya real time.

4. DATA, DISKUSI & HASIL TEMUAN

Pemilihan konsep media visual Brand Muna98Craft ini didapatkan dari riset data yang telah dilakukan secara Online melalui angket kepada target Audiences, Brand Muna98Craft ini baru memiliki nama perusahaan dan logonya saja. Sehingga penulis ingin membuat media visualnya juga untuk penunjang promosi brand Muna98Craft, dari hasil riset data yang telah didapatkan munculah ide untuk membuat beberapa media visual yang dibutuhkan untuk Brand Muna98Craft, dan media sosial sebagai media promosi secara Online. Media Visual tersebut akan sangat membantu penyebaran promosi dan akan membangun Corporate Identity bagi Brand Muna98Craft. Karena media visual itu akan langsung dilihat oleh konsumen dan memudahkan konsumen melihat produk apa saja meskipun dari jarak yang jauh, hal ini dapat menjadi peluang besar bagi Image Brand Muna98Craft untuk bisa dikenal secara mendalam dan lebih luas lagi di Indonesia ataupun mancanegara.

Dari target audiens yang telah dipaparkan pada bab tiga maka diperoleh data yang menjadi acuan dalam membuat desain Muna98Craft, seperti pada Logo Muna98Craft.

Logo Muna98Craft Terdiri dari gabungan elemen visual yang merepresentasikan Brand Image Muna98Craft yaitu, elemen berupa tanaman Bambu. Kemudian dibentuk menjadi tipografi yang bertuliskan Muna98Craft. Hal ini merepresentasikan Muna98Craft yang menggunakan bahan baku dari tanaman bambu untuk produksi kerajinannya.

Gambar 1. Logo Muna98Craft
Sumber: Dokumentasi Penulis

Logo Muna98Craft logo visualnya terinspirasi dari salah satu produk kerajinan yang dibuat dan paling diunggulkan juga merupakan cikal bakal terlahirnya produk kerajinan Muna98Craft yaitu miniatur perahu. Dan perahu bisa melambangkan perjuangan mengarungi samudra hidup, samudra hidup untuk menggapai mimpi.

Pemilihan warna hijau berkaitan erat dengan simbol alam, warna ini begitu mendominasi di alam, hingga mengambil ruang yang begitu besar dalam spectrum mata manusia, dan menjadi Stopping Power dalam desain Muna98Craft sendiri. Selain itu warna hijau juga menurut Surianto Rostan dalam bukunya yang berjudul logo hijau adalah warna yang berhubungan dengan komunikasi, kecerdasan, pembaruan, atau bisa disebut juga segar, alam, uang, kesehatan, ramah lingkungan. Sedangkan putih diasosiasikan sebagai warna yang memiliki sifat keren, rendah hati, suci, netral, bersih, cahaya, penghormatan, kebenaran, damai, simpel, aman, dingin, udara, kehidupan, harapan, lemah lembut.

Kata Muna sendiri bisa bermakna cita-cita karena penulis ingin memasukan visi dan misi dari Muna98Craft sebagai cita-cita perusahaan kedepannya juga bisa bermakna pendiri sekaligus pemilik perusahaan yang memiliki nama Muslih dan istrinya Narti dan angka 98

adalah tahun 1998 di mana awal mula perusahaan berdiri. Dan kata Craft berasal dari bahasa Inggris yang bermakna kerajinan.

Secara Demografis, Geografis, dan Psikografis yang telah dipaparkan pada Bab 3 mengenai target audiens dari Muna98Craft yang kemudian dapat memberi acuan bahwa logo pada media promosi yang tepat untuk Muna98Craft adalah dengan Media Sosial seperti yang akan dijelaskan lebih lanjut dalam analisis visual.

Di perkembangan zaman ini yang semakin maju, maka diperlukan sebuah sarana promosi yang tidak hanya tercetak melainkan menggunakan media elektronik berupa media sosial. Media Sosial merupakan sarana melakukan kegiatan sosial atau saling berinteraksi secara nirkabel. Dengan pengguna media sosial yang semakin meningkat, maka dari itu pelaku usaha dituntut harus menggunakan media sosial tersebut dengan maksimal. Media sosial yang digunakan di antaranya Youtube, Facebook, dan Instagram.

Analisis Visual

Karya feed Instagram dianalisis menggunakan teori Prinsip Desain dan berdasarkan dari data yang telah disesuaikan dengan target audiens yang dijadikan acuan dalam membuat desainnya dan memiliki Stopping Power untuk warna yang digunakan pada desain Muna98Craft.

Gambar 1. Feed IG Muna98Craft
Sumber: Dokumentasi Penulis

Feed 1 dicantumkan logo Muna98Craft dari gambar ini telah memiliki dominasi pada bagian logonya hal ini bertujuan untuk memberikan identitas Muna98craft. Warna yang digunakan disesuaikan dengan warna ciri khas Muna98Craft sebagai Stopping Power dan memperjelas tekstur dari desain bambu untuk memperjelas makna terhadap audiens yang melihatnya dari segi Legibility menggunakan jenis huruf Muna98Craft dan Readability dengan ukuran huruf 36.

Feed 2 dicantumkan logo Muna98Craft yang diposisikan di tengah sehingga terlihat seimbang setiap sisinya. Warna yang digunakan juga telah disesuaikan dengan warna ciri khas Muna98Craft sebagai Stopping Power dan memperjelas tekstur dari desain bambu untuk memperjelas makna terhadap audiens yang melihatnya dari segi Legibility menggunakan jenis huruf Muna98Craft dan Readability dengan ukuran huruf 36.

Feed 3 dicantumkan identitas visual Muna98Craft yaitu dari segi warna dan memiliki Irama berupa bentuk yang dibuat secara berulang-ulang. Hal ini bertujuan agar desain yang dibuat bisa memiliki Stopping Power yang dapat mengarahkan kegambar yang terletak ditengahnya. Dari segi Legibility menggunakan jenis huruf Crafty Girl dengan Readability ukuran huruf 48.

Feed 4 memiliki kesatuan dari segi warna dan foto produk yang saling melengkapi dan senada hal ini pula yang menjadi Stopping Power dalam desainnya. Dari segi Legibility menggunakan jenis huruf Crafty Girl dengan Readability ukuran huruf 48.

Feed 5 memiliki keseimbangan dari segala sisi, dan juga terdapat elemen garis pada desain visual. Elemen garis ini juga yang memiliki warna yang berbeda namun tetap senada dan memberikan Stopping Power dalam desainnya. Dari segi Legibility menggunakan jenis huruf Lora dengan Readability ukuran huruf 93 untuk tulisan yang terletak dipojok kanan atas dan untuk tulisan yang dibawah berukuran 26 dan yang kiri memiliki ukuran huruf 28.

Feed 6 memiliki Irama yang terbentuk dari elemen garis yang terdapat pada desain. Hal ini bertujuan untuk membuat Stopping Power kepada audiens dengan pemberian warna yang berbeda namun tetap mewakili Muna98Craft. Dari segi Legibility menggunakan satu jenis huruf yaitu Font Lora dengan Readability ukuran huruf 93 untuk tulisan yang terletak dipojok kanan atas dan untuk tulisan yang dibawah berukuran 26 dan yang kiri memiliki ukuran huruf 28.

Untuk mengetahui efektivitas desain yang telah dibuat untuk Media Sosial Muna98Craft maka Berdasarkan hasil Angket yang diperoleh seperti yang terlampir pada lampiran 2, terutama pada nomor 1 telah diperoleh data bahwa sebanyak 52 orang dari 55 responden dengan presentasi 94.6% menyatakan Ya, 3 orang dari 55 responden dengan presentasi 5.4% hanya menyatakan Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa media promosi dengan media sosial dinyatakan efektif . dan Hasil Angket no 6 telah diperoleh data bahwa sebanyak 44 orang dari total responden menyatakan Ya dengan persentasi 80% sedangkan 20 % dengan jumlah responden 11 orang menyatakan Tidak. Maka berdasarkan hasil angket yang diperoleh dari angket no 6 dapat disimpulkan bahwa desain yang ditampilkan oleh Muna98Craft di sosial medianya banyak disukai dan menarik bagi audiens.

5. KESIMPULAN

Identitas usaha merupakan sarana yang dipergunakan untuk mengkomunikasikan visi, misi, citra, karakteristik suatu usaha secara visual. Identitas usaha yang dirancang adalah Muna98Craft Sukabumi, usaha ini menggeluti bidang kreatif. Target pasar dari usaha ini ialah orang yang memiliki Socio-Economic Status (SES) menengah ke atas. Tujuan perancangan identitas visual Muna98Craft Sukabumi adalah untuk meningkatkan citra usaha tersebut. Setelah perancangan identitas visual selesai selanjutnya identitas visual tersebut diaplikasikan pada beberapa media promosi.

Identitas usaha dan media promosinya yang telah dirancang, kemudian dicetak sesuai dengan kebutuhan, dan selanjutnya bisa digunakan oleh pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan usahanya. Fungsi perancangan desain identitas visual dan media promosinya ini adalah mempermudah calon konsumen dan pelanggan untuk mengerti dan memahami produk Muna98Craft Sukabumi ini.

Muna98Craft Sukabumi memiliki visi yaitu mengembangkan industri kreatif dalam sektor kerajinan di Indonesia hingga ke mancanegara. Untuk mencapai visi ini dibutuhkan kualitas produk yang bermutu dan juga pelaku usaha memerlukan identitas visual usaha dan media promosi yang mendukung.

Tugas Akhir ini telah menghasilkan perancangan media sosial sebagai media promosi. Melalui hal tersebut dapat menambah citra usaha, tingkat omzet penjualan, tingkat kepercayaan calon konsumen dan pelanggan, tingkat loyalitas pelanggan dan juga semakin dikenal oleh masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Kusinwati Mengenal Industri Kreatif Loka aksara, Taman Tekno BSD Blok O.2 No. 18 Bumi Serpong Damai, Tangerang, 2019.

[2] Rianti retno Pertumbuhan Industri Kreatif di Indonesia Loka aksara, Taman Tekno BSD Blok O.2 No. 18 Bumi Serpong Damai, Tangerang, 2019.

[3] Heningtyas widowati, Novi Mayasari "Irama visual (Dari Toekang reklame sampai komunikator visual)" Jalasutra, Yogyakarta, 2007.

[4] Dr. Philipus M.Hadjon, S.H, , "Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia (Sebuah Studi tentang Prinsip-Prinsipnya, Penanganannya oleh Pengadilan Dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara)," PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987.

[5] Redaksi Trubus Eksotisme Bambu Indonesia PT Trubus Swadaya, Tapos, Depok. 2019

[6] Tamara Priscilla, Irawan Bambang Dasar-Dasar Desain Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup) Wisma Hijau, Jl. Raya Bogor Km.30 Mekarsari, Cimanggis, Depok, 2013.

[7] Anggraini S Lia, Nathalia Kirana Desain Komunikasi Visual ; Dasar-dasar panduan untuk pemula Nuansa Cendekia Ujungberung, Bandung. 2018

[8] Darmaprawira W.A. Sulasmi, Warna : Teori dan kreatifitas penggunaanya ITB, edisi ke-2 2002

[9] Yudoseputro, Wiyoso, Seni Kerajinan Indonesia. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1983.

[10] Suptandar, Pamudji. Manusia dan Ruang dalam Proyeksi Desain Interior. Jakarta: UPT Penerbitan Universitas Tarumanegara 1995

[11] Rustan Surianto, Logo Gramedia Pustaka Utama Jakarta 2009

[12] Swasty Wirania, Branding PT Remaja Rosdakarya 2016

[13] Nasrullah Rulli, Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2015

[14] Bull, Stephen. "Photography: Routledge Introductions to Media and Communication." London : Routledge 2010