

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Makanan adalah kebutuhan pokok primer manusia untuk melanjutkan hidup, dikarenakan makanan adalah sebuah kebutuhan penting, juga produk - produk makanan selalu laris manis di pasaran. Manusia bisa hidup tanpa gawai, namun jelas manusia tidak bisa hidup tanpa makanan. Hal ini yang membuat banyak orang mencoba bisnis usaha makanan, karena tingkat kerugiannya relatif rendah mengingat makanan selalu dibutuhkan. Makanan ada yang berjenis besar dan kecil. Makanan yang berjenis besar berupa nasi, sayur dan sejenisnya, sedangkan makanan kecil berupa gorengan, camilan, dan lainnya.

Semua jenis makanan kecil bisa dijadikan suatu jajanan. Makanan jajanan adalah makanan yang sudah disiapkan dan dijual oleh pedagang di jalanan, tempat-tempat keramaian umum lain yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut. Jajanan merupakan suatu bentuk representasi dari makanan yang mudah untuk di konsumsi secara langsung tanpa perlu repot untuk memasak, membuat makanan. Istilah makanan jajanan tidak jauh dari istilah *junk food*, *fast food*, dan *street food*. Contoh jajanan yang ada di sekitar seperti bakso, crepes, cakue, batagor, siomay, dan masih banyak lagi. Salah satu jajanan yang sekarang menjadi *trending* saat ini adalah pentol.

Pentol adalah makanan ringan cepat saji namun menyehatkan yang saat ini banyak digemari oleh banyak orang. Secara ukuran memang kecil dan seperti tidak terlihat menarik perhatian khalayak ramai, namun tanpa disadari bila beli ke tempat jajanan pentol yang benar, maka akan banyak sekali manfaat dan bisa membuat ketagihan untuk membelinya. Salah satu jajanan pentol tersebut adalah Pentol Petir Sabrang Lor, yang terletak di kota Solo daerah belakang Universitas Sebelas Maret.

Pentol Petir Sabrang Lor memiliki ciri khas yang berbeda dari pentol lainnya yang sudah terkenal, yaitu pentol ini memiliki resep khusus yang membuat rasa pentol terasa berbeda dengan pentol pada umumnya. Terdapat menu tambahan yang ada berjenis kecil dan besar. Jenis-jenis dari makanan yang dijual Pentol Petir Sabrang Lor tak hanya pentol bakso saja, tetapi dengan isian-isian yang variatif, kreatif dan beda dari yang lainnya. Di sini juga menjual minuman, nasi, sehingga pembeli setia tidak akan bosan dengan menu-menu ini saja. Meskipun dengan ciri khas tersebut, Pentol Petir Sabrang Lor ini masih memiliki banyak kekurangan, yaitu di bidang promosinya, karena usaha jajanan makanan pentol ini masih baru. Berhubung ini adalah usaha baru yang akan di buka, tentu saja tidak hanya memiliki kekurangan di promosi saja, tetapi ada banyak faktor lainnya juga yang membuat Pentol Petir Sabrang Lor memiliki kekurangan lainnya, yaitu dalam bidang kemasan.

Oleh karena itu, diperlukan suatu media promosi, desain outlet, dan lainnya sebagai pelengkap dalam suatu usaha jajanan makanan baru tersebut. Kebanyakan

yang terjadi saat ini adalah kemasan makanan yang kurang menjamin keamanannya, kebersihannya, ketahanan air, dan lainnya. Hal ini dibuktikan dengan makanan yang terkadang sedikit berair tembus pada kemasannya, penutup makanan tidak rapat sehingga panas dari makanan menguap keluar, saat di jalan makanan yang sudah tertutup lepas dengan sendirinya sehingga ke higienisan makanan tidak terjamin. Maka, diperlukan sentuhan desain dengan pertimbangan yang pasti juga untuk kemanannya dan kualitasnya kemasan pada makanan yaitu pada kemasan kreatif yang hendak dipakai dalam jasa makanan pentol saat ini. Desain dalam kemasan pun dalam hal ini, tidak kalah penting, dimana Pentol pun membutuhkan kemasan yang rapi dan bagus juga, sehingga tidak hanya mengandalkan rasanya saja yang enak, tetapi juga desain kemasan juga bisa dijadikan bahan untuk menarik perhatian.

Maka untuk menunjang keberhasilan dalam suatu desain, dibuatlah perancangan visual branding yang nantinya dapat membuat usaha jajanan makanan ini bisa berhasil dan lancar dalam segala sisi bidang. Penggunaan visual yang efektif dalam *advertising* dapat dihubungkan dengan sejumlah efek yaitu menarik perhatian, melekat dalam memori, dan mengkomunikasikan gambar dengan cepat daripada kata. Hal ini menjadikan perancangan visual branding dinilai efektif untuk mempromosikan lebih dalam lagi mengenai Pentol Petir Sabrang Lor.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana konsep perancangan Visual Branding Pentol Petir Sabrang Lor?
2. Bagaimana bentuk media yang dirancang untuk mempromosikan Pentol Petir Sabrang Lor?

## **C. Tujuan Perancangan**

1. Menjelaskan konsep perancangan Visual Branding Pentol Petir Sabrang Lor.
2. Menjelaskan bentuk media yang dirancang untuk mempromosikan Pentol Petir Sabrang Lor.

## **D. Manfaat Perancangan**

1. Bagi Mahasiswa
  - Menambah keterampilan desain dan skill sebagai desainer
  - Wawasan dalam mendesain suatu produk
  - Pengalaman dalam mendesain produk makanan
  - Menambah perbendaharaan desain
2. Bagi Pihak Pentol Petir Sabrang Lor
  - Semakin dikenal banyak orang
  - Omzet penjualan dapat naik dengan baik
  - Memiliki desain dan media promosi yang bagus
3. Bagi Masyarakat
  - Masyarakat dapat mengetahui Pentol Petir Sabrang Lor ini dengan mudah
  - Masyarakat dapat tertarik untuk membeli Pentol Petir Sabrang Lor

- Masyarakat menjadi yakin untuk membeli Pentol Petir Sabrang Lor

## **E. Tinjauan Pustaka**

Jurnal Vol. 3 No. 2 pada September 2018 berjudul “Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo” oleh Ariefika Listya dan Yayah Rukiah, berisi tentang promosi buah yang ada di Depok yaitu belimbing. Ada lima *brand* produk belimbing olahan di Depok, yaitu Rasa Dewa, Totoka, Delira, Maharani, dan Olavera. Membuat logo yang berfungsi membentuk identitas dan membedakan dengan para pesaingnya, sehingga dapat dikenal masyarakat luas. Manfaat bagi Tugas Akhir yang nanti akan dibuat adalah mengetahui struktur perancangan yang harus dibuat pada bagian pemaparan materi dari tugas akhir yang akan di buat dan sebagainya.

( <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548> )

Jurnal Vol. 8, No. 3 tahun 2019 berjudul “Visual Branding Camilan Khas India Naufal Mahri”, oleh Muhammad Fahmi, Dr. Syafwandi, M.Sn., San Ahdi, S.Sn., M.Ds, berisi mengenai usaha rumahan yang bernama Naufal Mahri, yaitu usaha yang bergerak di bidang makanan atau kuliner khas India di Padang. Pemilik usaha yaitu ibu Syamsi ini sudah menjalankan usaha kulinernya sejak tahun 1996, namun usaha ini belum dikenal banyak orang karena hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut saja. Maka dari itu ia membuat suatu visual branding yang mampu menarik khalayak ramai dan banyak yang mengingatnya dengan mudah. Manfaat bagi tugas akhir yang nanti akan dibuat adalah dapat mengetahui

dan bisa membuat desain lebih mudah dan mampu membuat banyak orang mengingatnya dengan mudah.

( <http://103.216.87.80/index.php/dkv/article/view/103589/101385> )

Tugas Akhir berjudul “Perancangan Visual Branding Kota Sawahlunto” oleh Fitri Yanti, Dra. Zubaidah, M.Sn., San Ahdi, M.Sn., M.Ds., berisi tentang pengembangan kota Sawahlunto sebagai kota pariwisata yang belum mempunyai visual branding. Visual branding adalah menciptakan merek untuk dapat membentuk citra positif bagi merek tersebut melalui penglihatan (visual). Dari perancangan visual ini diharap mampu mengangkat pamor kota Sawahlunto. Perbedaan dari Tugas Akhir yang akan di angkat adalah faktor dimana peneliti menggunakan *media support* yang cukup banyak dan agak menguras banyak dana yang seharusnya bisa diminimalisir lagi, sedangkan Tugas Akhir yang akan di angkat tetap menggunakan *media support* tetapi secara dana tidak akan keluar sangat banyak dan yang akan di tampilkan hanya yang benar-benar diperlukan saja.

( <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/8253/0> )

Tugas Akhir berjudul “Perancangan Visual Branding Kabupaten Kudus Sebagai Upaya Promosi Kabupaten”, oleh Muchamad Saiful Anam, Daniar Wikan Setyanto, Dzuha Hening Yanuarsari Eggi Chaprisimon, Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn., Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn., berisikan tentang mengangkat keseluruhan pengembangan Kabupaten Kudus. Banyak yang belum mengenal Kabupaten Kudus dan kekayaan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kudus. Dari

perancangan ini diharapkan masyarakat luar Kudus bisa mengenal Kudus lebih dalam lagi. Perbedaan dari Tugas Akhir yang akan diangkat adalah desain yang akan di buat tidak sampai *car branding, calendar design, grapich design manual standart, katalog, amplop surat, label DVD*. Tugas akhir yang akan diangkat nantinya adalah suatu desain yang benar-benar diperlukan dalam penjualan dan media promosi.

( <http://103.216.87.80/index.php/dkv/article/view/100137> )

## **F. Landasan Teori**

### **1. Perancangan**

Perancangan menurut Jogiyanto menyatakan bahwa sistem adalah kumpulan dari komponen yang saling berhubungan dengan yang lainnya membentuk satu kesatuan untuk mencapai tujuan tertentu ( 2008: 34 ). Pendapat ahli lain, Rini Indrawati Manopo dkk yaitu perancangan juga merupakan penggambaran perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi ( 2016:57 ).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah suatu fase dimana mengawali dengan proses sketsa, pengumpulan elemen-elemen dan dievaluasi, serta menyiapkan spesifikasi rancangan kemudian diakhiri dengan pembauatan sketsa dari beberapa elemen yang akhirnya disatukan lalu pengajuan ke pihak terkait.

## **2. Visual**

Visual menurut ahli bernama Djamarah berpendapat bahwa visual adalah media yang hanya mengandalkan indera penglihatan ( Djamarah, 2006: 124 ). Sedangkan menurut pendapat ahli lain yaitu M. Sobry Sutikno bahwa visual adalah media yang dapat dilihat dengan panca indera ( M. Sobry Sutikno, 2009: 19 ).

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa visual merupakan media yang dapat dilihat dengan indera penglihatan.

## **3. Branding**

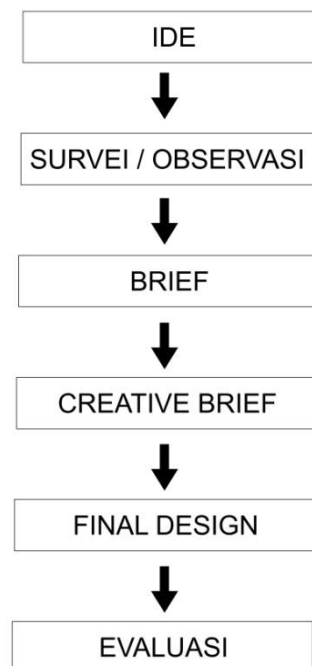
Pengertian Brand menurut Kotler dan Amstrong adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. ( Kotler dan Amstrong, 1997: 283 ). Pendapat ahli lainnya, Bilson Simamora, bahwa Brand adalah nama, tanda, istilah, simbol, desain atau kombinasinya yang ditunjukkan untuk mengidentifikasi dan mendiferensiasi (membedakan) barang atau layanan suatu penjual dari barang atau layanan penjual lain ( Bilson Simamora, 2001: 149 )

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pengertian branding adalah nama, tanda, istilah, simbol dan lainnya yang memiliki sifat, manfaat, makna dan jasa spesifik secara konsisten.



Berdasarkan pengertian – pengertian yang sudah dipaparkan, diperoleh kesimpulan bahwa Perancangan Visual Branding adalah fase memproses suatu hasil desain dengan proses sketsa, pengumpulan elemen-elemen yang dibutuhkan lalu membuat desain yang pada akhirnya divisualkan dan hasil dari pemvisualan karya akan menjadi branding yang memiliki simbol, tanda, istilah yang memiliki manfaat bagi pengguna atau konsumen.

### G. Metode Perancangan



*Gambar 1 : Metode Perancangan  
Sumber ( Ronny Daud Simeon, 2020 )*

## **1. Ide**

Ide adalah pemaparan suatu pikiran ke dalam proyek yang akan dikerjakan dan akan di buat untuk menampilkan promosi “**PENTOL PETIR SABRANG LOR**” agar dikenal oleh masyarakat secara meluas dengan konten-konten yang menarik perhatian.

## **2. Survei / Observasi**

Kegiatan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang pada akhirnya disatukan dan menjadi bahan sebagai acuan data dan usaha.

## **3. Brief**

### **a. Sumber Data**

- 1) Wawancara dengan pemilik Pentol Petir Sabrang Lor.
- 2) Dokumentasi berupa recorder, foto atau video.

### **b. Teknik Pengumpulan Data**

- 1) Wawancara dengan pemilik Pentol Petir Sabrang Lor.
- 2) Dokumentasi berupa recorder, foto atau video.

## **4. Kreatif Brief**

Salah satu desain yang nantinya akan dibuat adalah logo, brosur, stiker, wadah makanan dan minuman, dan sebagainya yang berkaitan dengan penjualan makanan ini. Proses dalam pembuatannya akan dibuat dengan media CorelDraw, Photoshop, dan sebagainya. Ide ini nantinya akan digunakan langsung oleh pemiliknya sebagai sarana dalam pemasarannya.

## **5. Final Design**

Final Desain yang nanti dibuat disesuaikan dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

## **6. Evaluasi**

Evaluasi dalam hal ini akan dilakukan setelah proses pengerjaan dan pengaplikasian desain nantinya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut

### **1. BAB I - Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, landasan toeri, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

### **2. BAB II - Identifikasi Data**

Bab ini berisi tentang identifikasi data mengenai perancangan, visual, branding dan kesimpulan dari perancangan visual branding. Selain itu, dalam bab ini juga memiliki fungsi sebagai landasan memvisualisasikan karya perancangan visual branding di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

### **3. BAB III - Analisa Data dan Konsep Perancangan**

Bab ini berisi tentang analisa data dan konsep perancangan yang berisi visual branding, identifikasi data, analisis data, dan strategi kreatif.

Selain itu, bab ini juga memiliki fungsi sebagai landasan memvisualisasikan karya perancangan visual branding di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

#### **4. BAB IV - Perwujudan Karya**

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai perwujudan karya yang berisi perancangan visual branding Pentol Petir Sabrang Lor, yang juga memiliki fungsi untuk menarik kesimpulan di bab V.

#### **5. BAB V - Penutup**

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran.

#### **6. DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang referensi dari buku-buku dan artikel dari internet.

#### **7. DAFTAR ISTILAH**

Berisi tentang istilah – istilah yang dimaksud dalam perancangan.

#### **8. LAMPIRAN**

Foto hasil jadi dan layout sidang tentang Pentol Petir Sabrang Lor serta gambar-gambar pelengkap lainnya.