

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang terkenal dengan keanekaragaman suku dan budaya. Keanekaragaman budaya di Indonesia tercermin dari berbagai aspek kehidupan masyarakatnya, seperti bahasa, adat istiadat, seni, musik, tari, arsitektur, upacara adat hingga kuliner.

Salah satu aspek yang menarik banyak sekali wisatawan luar untuk datang ke Indonesia, yaitu mencoba kuliner-kuliner tradisional di berbagai daerah Indonesia. Makanan tradisional dari berbagai wilayah membawa keunikan dari wilayahnya masing-masing, salah satunya merupakan kota Garut, kota yang dijuluki dengan kota dodol ini merupakan kota yang terkenal akan cemilan manis nusantara yang kerap disebut dengan dodol garut. Dodol menjadi salah satu kaya budaya garut yang sudah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda tahun 2023 oleh pemerintah provinsi Jawa Barat (jabar.antaranew.com , Kamis, 2 Maret 2023)

Dodol Garut merupakan makanan cemilan yang berukuran seperti permen yang memiliki tekstur kenyal dan lengket serta cita rasanya yang berbeda dari dodol lainnya. Dodol juga memiliki rasa yang manis dan kerap dipadukan dengan berbagai varian rasa. Proses pembuatan dodol garut yang sederhana dan tanpa pengawet yang mampu bertahan selama 3 bulan. Dodol Garut merupakan salah satu komoditas yang telah mampu mengangkat citra Kabupaten Garut sebagai penghasil Dodol yang berkualitas tinggi dan beraneka ragam jenis Dodol yang diproduksi. Dodol Garut ini dikenal luas karena rasanya yang khas dan kelenturan yang berbeda dari produk yang sejenis dari daerah lain (gaurt.kab.go.id, 21 Desember 2017). Hal ini membuat dodol garut menjadi sebuah buah tangan khas dari Garut yang sayang untuk dilewatkan.

Salah satu *brand* dodol yang sangat terkenal di kota Garut hingga saat ini adalah “Dodol Garut Picnic”, yang diproduksi dan dinaungi oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. PT. Herlinah Cipta Pratama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bagian industri makanan serta perdagangan umum. Perusahaan ini telah memproduksi produk dodol garut picnic sejak tahun 1949 dalam berbagai varian rasa, mulai dari varian klasik yaitu original, susu, coklat hingga varian rasa buah-buahan yang dikemas dalam berbagai kemasan yang berbeda-beda.

Meskipun Dodol Garut Picnic merupakan salah satu *brand* yang legendaris di Jawa Barat, identitas *brand* yang dimiliki oleh Dodol Garut Picnic ini kurang terlihat. Pada setiap varian kemasannya yang memiliki identitas yang berbeda-beda sehingga menciptakan berbagai identitas dalam satu *brand*.

Didukung dengan seiring berjalannya waktu, makanan tradisional ini menjadi kurang dikenal dan kurang diminati oleh generasi muda sekarang. Globalisasi budaya dan serta pengaruh luar membuat makanan dan budaya ini kurang bisa menarik minat dari generasi muda, sama halnya dengan batik.

Batik merupakan seni tekstil tradisional yang khas dari Indonesia yang melibatkan proses pewarnaan kain dengan pola-pola yang dihasilkan melalui pelapisan lilin di atas kain. Setiap daerah di Indonesia memiliki corak batik sendiri dengan berbagai motif dan warna yang mencerminkan identitas budaya daerah tersebut. Salah satu contoh batik Indonesia yaitu batik Garutan, batik yang berasal dari Kabupaten Garut ini. Batik garutan memiliki berbagai ragam motif salah satunya yang terkenal adalah batik merak ngibing.

Batik merak ngibing ini menggambarkan motif sepasang burung merak yang indah sedang berhadap-hadapan sembari mengembangkan buku ekornya yang berwarna-warni seperti sedang menari. Hal yang membedakan motif batik merak ngibing garut dengan motif batik merak ngibing lain adalah penggunaan warna, *isen-isen*, dan *papangkah* bunga pada motif batik merak ngibing.

Motif batik merak ngibing garut tampil dengan warna khas daerah Garut yaitu warna gumanding serta *papangkah* bunga yang merupakan variasi *isen-isen* yang terletak dipinggiran kain yang bermotifkan bunga teratai.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mendesain ulang logo dan kemasan Dodol Garut Picnic dengan menggabungkan dan mengkreasikan kedua nilai budaya lokal tersebut dalam sebuah kemasan, yang diharapkan dapat berguna untuk memiliki citra yang lebih baik, memiliki identitas yang konsisten dan mudah diingat oleh khalayak dengan visual yang lebih sederhana namun mampu meningkatkan dan menarik perhatian serta menjadi sebuah wawasan dan pengenalan budaya untuk berbagai generasi baik secara nasional maupun internasional sehingga dapat menambah nilai jual dan daya tarik produk Indonesia.

## 1.2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana proses *redesign* logo *brand* dan kemasan Dodol Garut Picnic agar mampu memberikan citra yang lebih baik, identitas yang konsisten dan mudah diingat oleh

khalayak namun mampu meningkatkan dan menarik perhatian serta menjadi sebuah pengenalan budaya untuk berbagai generasi baik nasional maupun internasional sehingga dapat menambah nilai jual dan daya tarik produk Indonesia?

- b. Bagaimana proses membuat *event launching* kemasan Dodol Garut Picnic yang menarik dan informatif?
- c. Bagaimana proses pengaplikasian *redesign* logo *brand* dan kemasan Dodol Garut Picnic pada media promosi yang menarik dan informatif?

### 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, tentu harus ada batasan masalah agar penulis tidak melampau jauh dari pemmasalahan yang akan dibahas. Batasan-batasan masalah ini berupa pembahasan yang terbatas di seputar identitas Dodol Garut Picnic yakni logo *brand* dan kemasan Dodol Garut Picnic. Batasan wilayah yang akan dijadikan sebagai pembahasan adalah wilayah Garut.

### 1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan

- a. Mengetahui proses *redesign* logo dan kemasan Dodol Garut Picnic yang menarik agar mampu memberikan citra yang lebih baik, identitas yang konsisten dan mudah diingat oleh khalayak namun mampu meningkatkan dan menarik perhatian serta menjadi sebuah pengenalan budaya untuk berbagai generasi baik nasional maupun internasional sehingga dapat menambah nilai jual dan daya tarik produk Indonesia.
- b. Mengetahui proses membuat *event launching* kemasan Dodol Garut Picnic yang menarik dan informatif.
- c. Mengetahui proses pengaplikasian *redesign* logo dan kemasan Dodol Garut Picnic pada media promosi yang menarik dan informatif.
- d. Sebagai syarat untuk kelulusan program strata 1 untuk mendapatkan gelar di Universitas Esa Unggul.

### 1.5. Metode Pengumpulan Data

- a. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah sebuah proses peninjauan atau sebuah cara yang dapat kita lakukan untuk mengumpulkan data-data dari berbagai sumber pustaka dan referensi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diangkat dalam suatu penelitian. Proses studi pustaka biasanya melibatkan pencarian dan peninjauan berbagai sumber

pustaka, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, internet, laporan penelitian, dan sumber-sumber terpercaya lainnya. Maka dari itu, jurnal yang digunakan harus bersifat asli, sudah teruji kebenarannya dan bukan hasil karangan semata.

Dalam metode ini, penulis mendapatkan informasi dan landasan teori yang resmi sebagai tambahan bagi data penulisan. Salah satunya adalah buku “Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain” Karya Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto ini dan buku “*Designing Corporate Identity Programs For Small Corporations*” karya David E. Carter.



**Gambar 1.1**

Nirmana Dasar – Dasar Seni dan Desain tahun 2017 (kiri) karya Sadjiman Ebdi Sanyoto. Designing Corporate Identity Programs for Small Corporate (kanan) karya David E. Carter.

## **b. Wawancara**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber, khususnya yang mengetahui kondisi perusahaan Dodol Garut Picnic.

Pada tahap ini, proses wawancara dilakukan bersama narasumber, yaitu bapak Dudi Sujana selaku Guest Relation Officer di PT Herlinah Cipta Pratama selama 22 tahun, beliau sudah sering melakukan observasi langsung dilapangan dan juga berinteraksi dengan pembeli. Wawancara dilakukan untuk menggali data tentang perusahaan, visi dan misi serta pentingnya suatu brand awareness dan kemasan dalam meningkatkan penjualan sehingga nantinya logo brand dan kemasan yang saya rancang bisa sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta dapat meningkatkan citra brand tersebut.



**Gambar 1.2**

Foto dengan narasumber Guest Relations Picnic  
( Foto: Junivia, 15 Mei 2023)

Kesimpulan dari wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa logo brand dan kemasan adalah hal yang paling penting dalam sebuah penjual, hal ini disampaikan langsung dari narasumber bahwa banyak sekali customer yang memperhatikan citra dan kemasan dari sebuah brand. Narasumber juga menyampaikan, dengan memiliki logo brand yang kuat dan kemasan yang menarik terutama kemasan yang mampu mengikuti perkembangan jaman merupakan sebuah senjata yang kuat untuk meningkatkan citra sebuah brand.

### **c. Observasi**

Observasi merupakan suatu pengamatan atau teknik yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Menurut (Sangadji dan Sopiah, 2010:192) Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata, Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa observasi adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi terkait apa yang akan diteliti.

Observasi yang akan dilakukan dengan mengunjungi tempat percetakan digital atau tempat percetakan kemasan. Tempat percetakan yang dikunjungi adalah Teknik Graphia, salah satu percetakan terbaik yang ada di kota Singkawang.

**Gambar 1.3**



Ruangan Bagian Percetakan

(sumber: Junivia, 13 Agustus 2023)



**Gambar 1.4**

Ruangan Bagian Editing dan Administrasi

(sumber: Junivia, 13 Agustus 2023)

## 1.6. Kerangka Pemikiran

Polancik (2009), kerangka berfikir diartikan sebagai diagram yang berperan sebagai alur logika sistematika tema yang akan ditulis. Polancik menempatkan hal ini untuk kepentingan penelitian. Dimana kerangka berpikir tersebut dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian yang kemudian pertanyaan itulah yang menggambarkan himpunan, konsep atau mempresentasikan hubungan antara beberapa konsep yang saling berkaitan dalam suatu penelitian.

Berikut adalah kerangka pemikiran *redesign* logo brand dan kemasan Dodol Garut Picnic.



**Tabel 1.1**  
Tabel Kerangka Pemikiran  
(sumber: Junivia, 2023)

## **1.7. Skematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran dan skematika penulisan. Bab ini membahas apa saja yang menjadi latar belakang masalah serta maksud dan tujuannya.

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA**

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang terdiri dari aspek-aspek desain dan analisis data yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir.

### **BAB III KONSEP REDESIGN LOGO BRAND DAN KEMASAN DODOL GARUT PICNIC MAKANAN KHAS GARUT**

Bab ini membahas tentang bagaimana konsep dan proses pembuatan karya tugas akhir ini berupa media komunikasi visual dalam kampanye, yang dimulai dari pra-produksi hingga pasca produksi.

### **BAB IV DESAIN DAN APLIKASI**

Bab ini menjelaskan bagaimana desain logo brand dan kemasan Dodol Garut Picnic yang telah dibuat sebagai media utama, media cetak lainnya, hingga merchandise sebagai pelengkap.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan menyeluruh dari hasil perancangan tugas akhir yang telah dibuat, disertai dengan saran dari penulis dari hasil analisa serta penelitian terhadap masalah yang diamati.