

**BRANDING USAHA PANGGUL SARI KEMUNING
DI DESA BATUAN, SUKAWATI, GIANYAR**



Oleh:

GEDE RYAN ADITYA WARDANA

202006006

Dosen Pengampu :

Ida Ayu Dwita Krisna Ari S.Sn, M.Sn.

I Wayan Nuriarta S.Pd, M.Sn.

Putu Wahyuning Sri Purnami S.Ds., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FALKUTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2022**

Abstrak

Saat ini peminat Gamelan Bali dikalangan anak-anak, remaja hingga dewasa semakin meningkat sehingga kebutuhan peralatan dalam berkesenian yaitu panggul semakin bertambah, baik dari Bali maupun luar Bali. Sehingga hal ini mendorong UMKM yang bergerak di bidang seni kerajinan panggul berupaya meningkatkan usahanya dalam segi kualitas, kreativitas, serta inovasi-inovasi lainnya agar dapat meraih pangsa pasar baik lokal maupun internasional. Salah satunya UMKM yang terletak di desa Batuan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali yaitu Sari Kemuning. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan ternyata UMKM ini memiliki permasalahan yaitu usaha ini belum membangun *Branding*. Masalah pendukung lainnya yaitu media promosi yang masih kurang, penggunaan media sosial yang tidak aktif, pasar kurang luas dan tidak bisa bersaing di pasar dengan maksimal. Melalui hal ini peranan Desain Komunikasi Visual diharapkan dapat memecahkan masalah serta menemukan solusi yang tepat untuk Sari Kemuning. Dengan melakukan wawancara serta observasi, penulis dapat mengumpulkan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, kemudian Penulis mengumpulkan dokumentasi berupa foto-foto produk dan situasi usaha kerajinan panggul Sari Kemuning. Berdasarkan perancangan media komunikasi visual yang efektif dalam membangun *Branding* Sari Kemuning adalah Logo, Kartu Nama, Papan Nama, Nota dan Poster. Media-media komunikasi visual tersebut dipilih berdasarkan hasil analisis media yang saat ini paling dibutuhkan dalam upaya branding dan disesuaikan dengan kriteria desain sehingga diharapkan dapat menjangkau dan menarik minat khalayak sasaran agar membeli produk usaha kerajinan panggul Sari Kemuning. Selain itu, diharapkan media yang telah dirancang dapat membangun branding Sari Kemuning dalam pengenalan merek secara menyeluruh dan utuh serta penanaman merek dalam benak konsumen.

Kata kunci : *Branding, UMKM, Panggul, Bali, Desain Komunikasi Visual*

PENDAHULUAN

Bali dikenal sebagai daerah seni dan tujuan wisata nasional maupun internasional memiliki beraneka ragam bentuk kerajinan seni dan peralatan dalam berkesenian salah satunya adalah usaha kerajinan Panggul. Alat pemukul gambelan khas Bali yang bentuknya mirip seperti palu. Panggul terbuat dari kayu Kemuning atau bisa juga dari kayu cempaka dan ada juga terbuat dari bambu. Nama "Panggul" ditentukan untuk nama alat musik gamelan. Misalnya, panggul yang digunakan untuk memainkan alat musik gangsa disebut "panggul gangsa" dan panggul untuk memainkan alat musik gamelan disebut "panggul ugal," dan seterusnya. Saat ini peminat gamelan Bali dikalangan anak-anak, remaja hingga dewasa semakin meningkat sehingga kebutuhan peralatan dalam berkesenian yaitu panggul semakin bertambah, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga hal ini mendorong UMKM yang bergerak di bidang kerajinan panggul berupaya meningkatkan usahanya dalam kualitas, kreativitas, serta inovasi-inovasi lainnya agar dapat meraih pangsa pasar baik lokal maupun internasional. Salah satu UMKM yang terletak di desa Batuan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali yaitu Sari Kemuning.

Sari Kemuning merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan seni Panggul, yaitu alat yang digunakan dalam memainkan gamelan Bali. Usaha ini terletak di Br. Jeleka, Batuan, Sukawati, Gianyar, Bali yang dimana sudah berdiri sejak tahun 1990 berawal dari usaha rumahan kemudian diwariskan ke Ketut Sudiarsa, pemilik dari Sari Kemuning saat ini. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan ternyata UMKM ini memiliki permasalahan yaitu usaha ini belum membangun *Branding*. Masalah pendukung lainnya yaitu media promosi yang masih kurang, penggunaan media sosial yang tidak aktif, pasar kurang luas dan tidak bisa bersaing di pasar dengan maksimal. Solusi yang ditawarkan yaitu perancangan Brand serta pembuatan media yang mendukung, seperti Logo, Kartu Nama, Papan Nama, Nota, dan Poster. Melalui hal ini peranan Desain Komunikasi Visual diharapkan dapat memecahkan masalah serta menemukan solusi yang tepat untuk Sari Kemuning.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Media Komunikasi Visual apa yang efektif untuk membangun *branding* Sari Kemuning di Batuan, Sukawati ?

1.2.2 Bagaimana cara merancang media promosi yang tepat untuk *branding* Sari Kemuning di Batuan, Sukawati ?

1.3 Tujuan Perancangan

1.3.1 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui media komunikasi visual yang efektif dalam membangun *branding* Sari Kemuning di Batuan, Sukawati
- b. Untuk mengetahui cara merancang media komunikasi visual sebagai *branding* Sari Kemuning di Batuan, Sukawati

1.3.2 Tujuan Umum

- a. Untuk melakukan *branding* ke usaha Sari Kemuning
- b. Untuk memperluas pasar konsumen usaha Sari Kemuning

1.4 Manfaat Perancangan

1.4.1 Untuk Mahasiswa :

- a. Meningkatkan kreativitas dan keahlian dalam memecahkan masalah.
- b. Melatih potensi diri dalam perancangan media komunikasi visual.
- c. Menambah pengalaman dan membangun relasi.

1.4.2 Untuk Sari Kemuning :

- a. Sari Kemuning terbantu dikarenakan perusahaannya dilakukan *branding*.
- b. Sari Kemuning mendapatkan media komunikasi visual yang telah dirancang.

1.4.3 Untuk Masyarakat :

- a. Masyarakat menjadi tahu mengenai Sari Kemuning.
- b. Masyarakat memiliki edukasi mengenai *branding*.

PROSES KERJA

1. Branding

Branding adalah keseluruhan aktivitas untuk menciptakan brand yang unggul (brand equity), yang mengacu pada nilai suatu brand berdasarkan loyalitas, kesadaran, persepsi kualitas dan asosiasi dari suatu brand. Branding pada dasarnya bukan hanya untuk menampilkan keunggulan suatu produk semata, namun juga untuk menanamkan brand ke dalam benak konsumen (Dewi H, 2014: 9).

Branding sebagai sebuah upaya memperkenalkan produk hingga produk itu dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak. Branding kerap dilakukan guna memberi konteks yang jelas akan "sesuatu". Branding dilakukan dengan maksud untuk menciptakan pencitraan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemilik produk (Dewi H, 2014: 9).

Tujuan branding adalah untuk menanamkan citra suatu produk atau perusahaan di masyarakat bahkan konsumennya, jika perusahaan tersebut memiliki produk yang mereka jual, sehingga dengan adanya branding diharapkan brand atau merk mereka akan senantiasa diingat oleh masyarakat atau konsumennya dalam jangka waktu yang lama. Brand hadir untuk memberikan diferensiasi atau perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya. Selain itu, brand juga dapat menjadi jalan pintas bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Neumeier (2003) menyebutkan bahwa masyarakat zaman sekarang tidak hanya mempertimbangkan soal kebutuhan ketika memutuskan untuk membeli suatu produk.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan. Menurut Sugiyono (2010:338).

Jenis Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Sugiyono (2016:225). Adapun metode yang digunakan, yaitu

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Sugiyono (2016:317). Penulis melakukan sesi wawancara dengan Bapak Ketut Sudiarsa selaku pemilik usaha Sari Kemuning, untuk mendapatkan informasi mengenai data usaha.

b. Observasi

Observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Widoyoko (2014:46). Metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan yang ada di Sari Kemuning.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada. Penulis mengumpulkan dokumentasi berupa foto-foto produk dan situasi usaha kerajinan panggul, yaitu Sari Kemuning.

2. Media Yang Dibuat

1. Logo

Logo adalah sebuah ikon visual yang memberikan dua fungsi dasar bagi merek yaitu identifikasi dan diferensiasi. Ada beberapa tipe logo yang dibuat dari nama perusahaan, disajikan dalam bentuk unik, sampai dengan yang abstrak yang mungkin tidak ada hubungannya secara langsung dengan nama perusahaan maupun aktivitasnya (Farhana, 2012).

2. Kartu Nama

Kartu Nama adalah sebuah kartu yang menyampaikan informasi mengenai sebuah perusahaan ataupun individu yang disampaikan hanya sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal. Pada kartu nama berisi tentang nama perusahaan, logo perusahaan, alamat, nomor telepon, email, dan situs web. Kartu nama digunakan untuk memberikan informasi kontak pada saat pertama bertemu dengan seseorang.

3. Papan Nama

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti papan nama adalah papan yang dipasang di depan rumah atau kantor yang bertuliskan nama (Individu, organisasi, lembaga, perusahaan dan sebagainya).

Papan Nama adalah sebuah tanda nama untuk mengetahui suatu tempat atau lokasi tertentu, sehingga memudahkan orang untuk mengenali papan nama tersebut dan papan nama juga bermanfaat untuk memperindah tempat yang di tunjukinya.

4. Nota

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata nota adalah surat peringatan (penunjukan, catatan).

Nota adalah bukti transaksi yang telah dilakukan secara tunai yang biasanya dibuat oleh penjual yang kemudian diberikan kepada pembeli. Transaksi dalam sebuah toko nota dibuat rangkap dua, satu untuk pemilik toko dan satu untuk pembeli.

5. Poster

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum yang bisa berupa pengumuman atau iklan. Poster biasanya dipasang ditempat yang ramai dan strategis.

Poster dibuat dengan tujuan untuk mengajak, membujuk, atau mendorong masyarakat umum untuk melakukan apa yang tertulis dan dijelaskan pada poster.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Logo



Unsur Visual

a. Warna

Warna yang digunakan yaitu warna hitam dan emas. Penggunaan warna hitam memberi kesan elegan, klasik sedangkan emas dipandang sebagai warna kearifan batin dan kualitas.

b. Layout

Balance, keseimbangan pada tata letak di kiri, kanan, bawah, atas terkesan sama berat dan simetris

c. Ilustrasi

Ilustrasi Panggul Gangsa dan juga Bunga Kemuning

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan yaitu jenis huruf *Serif*, huruf yang memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya sehingga mudah dibaca dan memberi kesan klasik

e. Makna

Kayu kemuning yang banyak memberikan manfaat, salah satunya dalam pembuatan panggul gamelan Bali.

2. Kartu Nama



Unsur Visual

a. Warna

Warna yang digunakan yaitu Hitam, Emas, dan Putih

b. Layout

Balance, keseimbangan simetris pada elemen layout desain pertama kemudian keseimbangan simetris pada layout desain kedua yang memberi kesan tidak kaku atau santai

c. Ilustrasi

Ilustrasi Logo Sari Kemuning dan Pura Puseh Batuan yang menjadi daya tarik wisatawan ke desa Batuan, Sukawati, Gianyar.

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan yaitu jenis huruf *Serif*, huruf yang memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya sehingga mudah dibaca dan memberi kesan klasik. Kemudian ada *Sans Serif*, huruf yang berbentuk sederhana dan memberi kesan lugas.

e. Makna

Penggunaan warna hitam memberi kesan elegan, klasik sedangkan emas dipandang sebagai warna kearifan batin dan kualitas.

3. Papan Nama



Unsur Visual

a. Warna

Warna yang digunakan yaitu warna alami, Coklat

b. Layout

Penggunaan prinsip *Balance*, yaitu keseimbangan simetris pada elemen layout

c. Ilustrasi

Ilustrasi panggul gangsa dan bunga kemuning

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan yaitu jenis huruf *Serif*, huruf yang memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya sehingga mudah dibaca dan memberi kesan klasik

e. Makna

Penggunaan bahan alami yang merepresentasikan usaha Sari Kemuning sebagai usaha dengan produk-produk bahan alami, seperti kayu, tanduk, kulit.

5. Poster



Unsur Visual

a. Warna

Warna yang digunakan yaitu Hitam, Emas. Penggunaan warna hitam memberi kesan elegan, klasik sedangkan emas dipandang sebagai warna kearifan batin dan kualitas.

b. Layout

Emphasis, penekanan pada bagian judul teks dan ilustrasi Panggul dengan penggunaan ukuran yang lebih besar kemudian logo Sari Kemuning yang diberi efek pancaran cahaya sehingga menjadi titik fokus.

c. Ilustrasi

Ilustrasi logo dan Panggul Selonding yang merupakan salah satu dari produk Sari Kemuning

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan yaitu jenis huruf San Serif dan Serif

e. Makna

Kayu kemuning sebagai bahan pembuatan produk panggul menjadi sumber penghasilan dari usaha Sari Kemuning.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan perancangan media komunikasi visual yang efektif dalam membangun branding Sari Kemuning adalah Logo, Kartu Nama, Papan Nama, Nota dan Poster. Media-media komunikasi visual tersebut dipilih berdasarkan hasil analisis media yang saat ini paling dibutuhkan dalam upaya *branding* dan disesuaikan dengan kriteria desain sehingga diharapkan dapat menjangkau dan menarik minat khalayak sasaran agar membeli produk usaha kerajinan panggul Sari Kemuning. Selain itu, diharapkan media yang telah dirancang dapat membangun branding Sari Kemuning dalam pengenalan merek secara menyeluruh dan utuh serta penanaman merek dalam benak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). Desain Komunikasi Visual dasar-dasar panduan untuk pemula. *Bandung: Nuansa Cendekia*.
- Tinarbuko, Sumbo. 2007. *DeKaVe: Berkomunikasi Lewat Tanda (Visual)*. Blog Desain GrafisIndonesia. <https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>
- Syafdinawaty. (2020). Data Sekunder. Blog Universitas Raharja. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- Kbbi, K. B. B. I. "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)." *Kementerian Pendidikan Dan Budaya* (2016).
- Riadi, Muchlisin. "Pengertian, Tujuan, Unsur dan Jenis-jenis Branding." *Diperoleh dari <http://www.kajianpustaka.com/2017/01/pengertian-tujuan-unsur-dan-jenis-branding.html>* (2017).