

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Perancangan

Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi penghasil kuliner yang cukup besar di Indonesia. banyak makanan Tradisional yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat yang sangat populer bagi wisatawan yang berkunjung, keberagaman tersebut menciptakan variasi berbagai bentuk produk olahan makanan yang di konsumsi seperti *rendang, pangek, galamai, sala lauak, lamang, kacimuih, randang talua, sanjai, dan susu fermentasi kerbau (dadiah)*.

Susu fermentasi menjadi salah satu makanan yang banyak di konsumsi saat ini karena dipercaya memiliki nilai gizi yang tinggi dan manfaat untuk menjaga kesehatan tubuh. Produk susu fermentasi yang dijual di pasaran didominasi oleh produk-produk luar negeri seperti Yakult, Yoghurt, Kefir, dll.

Daerah penghasil susu fermentasi di Sumatera Barat diantaranya adalah Sijunjung, Matur, Alahan Panjang, Garegeh dan nagari Sianok VI Suku. Nagari Sianok yang biasa disebut Ngarai Sianok terletak di perbatasan kota Bukittinggi lembah curam memanjang dan berkelok ialah sebagai garis batas kota, dari selatan Ngarai Koto Gadang sampai ke nagari Sianok VI suku, matur, dan berakhir di kecamatan Palupuah.

Ngarai sianok dikenal sebagai tempat wisata yang indah, masyarakat di sekitaran Ngarai Sianok masih menjaga keasrian dari daerah ini, masyarakat yang bermata pencaharian bertani memanfaatkan hamparan rumput dan

sungai di Ngarai Sianok untuk berternak kerbau, memanfaatkan kerbau sebagai bentuk usaha membangkitkan perekonomian rumah tangga yang menghasilkan susu kerbau yang diolah dengan cara fermentasi yang disebut *dadiah*.

Dadih adalah jenis makanan tradisional dari Sumatera Barat yang berasal dari susu kerbau, tidak hanya sebagai kuliner yang enak dadih juga banyak dimanfaatkan pada saat sekarang ini untuk obat-obatan. Dadih memiliki aroma dan asam yang khas, selain itu karakteristik dadih tidak dapat disimpan bulanan dan memerlukan perlakuan khusus, dadih rasanya masih original berbau anyir susu kerbau asli setelah di perah dan tidak diberi tambahan perasa apapun, kegunaannya sebagai campuran nasi sebagai lauk pauk di jamuan adat, sekarang sudah menjadi santapan yang lebih populer dengan tambahan ampiang, gula merah cair, es serut dan taburan kelapa. Dadih diolah secara tradisional oleh masyarakat di Minangkabau atau dengan kata lain dadih di fermentasi secara alami berbahan baku susu kerbau yang di tampung di dalam wadah bambu (*pariang*).

Penggunaan bambu sebagai wadah tempat penyimpanan susu ini sangat berpengaruh terhadap mutu dadih, dadih yang dibuat dari bambu (*pariang*) akan bewarna putih seperti susu dengan tekstur yang licin, jika menggunakan bambu buluh maka dadih yang dihasilkan bewarna kuning gading dengan tekstur kasar. Selain itu penggunaan bambu buluh juga akan mempengaruhi Bakteri Asam Laktat yang di hasilkan. Mutu dadih juga di pengaruhi oleh jenis kerbau dan umurnya, dan ditentukan oleh musim

mengingat kawasan Ngarai Sianok sering hujan, dan kualitas dadih sangat dipengaruhi oleh *pariang*, *pariang* ini sendiri harus terlebih dahulu di jemur dibawah sinar matahari atau dikeringkan menggunakan kompor, jika *pariang* dalam keadaan basah akan membuat dadih cepat busuk dan mempengaruhi rasa dan warna dari dadih itu sendiri. Hal inilah yang akan berdampak pada pertumbuhan mikroba baik dari susu yang di diamkan, karena susu fermentasi terbaik yang dihasilkan melalui 2-4 hari fermentasi pada suhu ruangan.

Susu fermentasi kerbau ini dapat memberikan manfaat untuk tubuh manusia, Bakteri Asam Laktat (BAL) yang terdapat dalam dadih dapat menghambat pertumbuhan bakteri yang merugikan tubuh manusia dan merupakan pencegah penyakit kanker serta menetralsir bakteri saluran pencernaan. Dadih bisa meningkatkan kekebalan tubuh, menjaga sel darah merah ,memelihara stamina, mencegah diare serta mengurangi kolesterol, Penelitian manfaat susu kerbau yang difermentasi yang dilakukan oleh Tim dari Lembaga Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (LPTIK) Universitas Andalas. Produksi susu kerbau secara kualitas lebih baik dari pada susu sapi. Kandungan kolesterol susu kerbau lebih rendah dari pada susu sapi.

Ibu Murni sebagai produsen penghasil dadih di nagari Sianok yang di wawancara pada tanggal 1 Maret 2019 mengatakan bahwa beliau adalah peternak yang mengembangkan kerbau sebagai salah satu bentuk usaha pokok bermanfaat yang menghasilkan dadih, serta meningkatkan program

pemerintah dengan menaikkan eksistensi produk lokal. Dadih hanya dijual ke beberapa tempat di kota Bukittinggi dan tidak ada identitas saat dipasarkan.

Semakin banyaknya bermunculan susu fermentasi siap saji lain yang berasal dari luar di khawatirkan akan membuat popularitas dadih produksi usaha ibu Murni menurun di pasaran, padahal bila dilihat dari kandungan gizi dan khasiatnya dadih jauh lebih unggul dibandingkan dengan makanan dan minuman siap saji yang ada pada saat ini karena tidak memakai campuran bakteri apapun dan murni susu dari kerbau itu sendiri (Dr. Helmizar dari Fakultas Kesehatan Universitas Andalas)

Dr. Helmizar yang pernah berkunjung ke pengolahan dadih Murni mengatakan, berbagai bakteri asam laktat yang terkandung pada dadih dapat menghambat atau menyingkirkan bakteri patogen tertentu. Bakteri asam laktat ini berfungsi untuk menyingkirkan bakteri-bakteri jahat didalam tubuh.

Faktor yang mempengaruhi kurang berkembangnya usaha dadih ibu Murni di pasaran karena belum memiliki identitas saat di pasarkan, sebagai tanda pengenal bahwa dadih tersebut berasal dari perusahaan ibu Murni. Dengan menerapkan *corporate identity* yang menarik tentunya akan sangat besar kemungkinan usaha Murni lebih di kenal luas di masyarakat, berdasarkan paparan di atas diperlukan identitas perusahaan yang skalanya lebih luas untuk mendukung upaya pengenalan produk dan usaha Murni.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang di kemukakan di atas, identifikasi masalah yang ditemukan yakni:

1. Tidak adanya identitas yang menjual citra usaha Murni di pasaran
2. Tidak adanya upaya pemasaran produk lebih luas
3. Perlunya strategi komunikasi visual usaha daduh murni agar diketahui oleh masyarakat yang saat ini tidak berjalan optimal.

C. Rumusan Masalah dan Strategi Perancangan

1. Rumusan Masalah

Bagaimana menentukan strategi desain yang tepat dalam membentuk identitas bagi usaha daduh murni agar terkenal luas di kalangan masyarakat dan dapat mengetahui potensi produk lokal.

2. Strategi Perancangan

Strategi dalam perancangan *corporate identity* usaha daduh Murni di Ngarai Sianok diawali dengan pengumpulan data verbal dan visual dari berbagai sumber, seperti sumber di internet, media sosial, dan masyarakat lokal. Melakukan observasi langsung ke lapangan dan berkesempatan mewawancarai ibu Murni sebagai pemilik perusahaan daduh.

Data yang diperoleh selanjutnya di analisa dengan S.W.O.T dan juga 5W+IH. Menganalisa menggunakan analisa S.W.O.T digunakan untuk mendapatkan hasil titik kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman yang ada pada usaha daduh murni. Sedangkan 5W+IH adalah metode analisis

yang digunakan dalam menganalisis sebuah masalah dan mencari sebuah jawaban dari permasalahan tentang perancangan *corporate identity* usaha dadiah murni di Ngarai Sianok berdasarkan data yang didapat

Perancangan yang dilakukan menghasilkan bentuk perwujudan lebih pasti. Strategi perancangan yang akan dirancang mencakup dari *corporate identity* suatu perusahaan seperti logo, poster, video promosi produk sebagai penunjang citra perusahaan dadiah murni dan stationery yang berguna sebagai penunjang media-media yang akan dirancang.

D. Tujuan Perancangan

1. Memperkenalkan identitas usaha dadiah murni di Ngarai Sianok
2. Meningkatkan pemasaran dadiah serta pengembangan usaha murni sebagai perusahaan lokal penghasil produk yang berkualitas bagi kesehatan tubuh.
3. Perancangan ini diharapkan dapat menunjang citra perusahaan dadiah murni.

E. Manfaat Perancangan

1. Menciptakan identitas bagi perusahaan agar memudahkan konsumen mengingat perusahaan tersebut ketika ingin membeli dadiah.
2. Membangun citra perusahaan yang positif di ingatan masyarakat.
3. Membangun *corporate identity* yang merupakan alat jual bagi usaha dadiah murni untuk mengembangkan produk tersebut

F. Orisinalitas Perancangan

Dalam perancangan *corporate identity* usaha dadih murni mencoba untuk mencari referensi dan pembandingan karya desain melalui media penunjang lainnya. Pengamatan langsung terhadap karya desain berkaitan dengan sumber ide dan informasi yang berkaitan. Beberapa karya desain yang menjadi referensi sebagai pembandingan diantaranya adalah :

1. Frisian Flag Indonesia (FFI)



Gambar 1

Logo Frisian Flag

(Sumber : <http://www.frisianflag.com> , 2020)

PT. Frisian Flag Indonesia adalah produsen dari produk-produk nutrisi berbasis susu di Indonesia dengan merek Frisian Flag yang juga dikenal sebagai Susu Bendera dengan industri susu sapi. Frisian Flag Indonesia memproduksi sejumlah produk susu dalam berbagai jenis seperti kental manis.

Sebagai kampanye raih esokmu dari Frisian Flag resmi memperkenalkan logo baru dan *corporate identity* dari Frisian Flag serta dibarengi dengan perayaan milestone Frisian Flag yang memasuki usia ke

88 sejak tahun 1922. Dengan di perkenalkan logo yang fresh dan modern baru tersebut, dapat menjadi suatu inovasi baru dari Frisian Flag untuk selalu jadi yang terdepan.

Sebagai bagian dari komitmennya membantu masyarakat Indonesia meraih hari esok yang lebih baik, Frisian Flag meluncurkan *corporate identity* baru sekaligus kampanye “RAIH ESOKMU”. *Corporate identity* brand baru ini akan diaplikasikan pada logo dan tampilan kemasan baru untuk semua produk bernutrisi dari Frisian Flag. Logo ini pun memiliki irama yang sama dengan logo-logo perusahaan lain dibawah naungan Friesland Campina sehingga ciri internasional pada logo ini pun lebih terasa. Warna biru pada *background* terlihat lebih modern dan ceria dengan warna warna yang kontras. Logo perusahaan yang baru ini tetap mempertahankan konsep logo perusahaan yang lama yaitu adanya simbol bendera yang terdapat simbol hati berwarna merah dan dalam logo baru perusahaan terdapat nama “*Frisian Flag*” yang memiliki tulisan yang lebih besar dibandingkan dengan logo perusahaan sebelumnya.

Dalam perancangan *corporate identity* usaha dadih murni di Ngarai Sianok ini nantinya dirancang agar perusahaan memiliki identitas produk dan perusahaan yang mampu membuat konsumen mengingat produk tersebut.

2. Nurli Kurnia: Brand Identity Gula Merah (SAKA)



Gambar 2
Logo Gula Merah Minang
(Sumber : Nurli Kurnia, 2020)

Perancangan ini adalah bentuk penciptaan dalam karya Tugas Akhir Nurli Kurnia Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) ISI Padangpanjang untuk mencapai pendidikan Strata 1 (S1). Gula merah merupakan hasil olahan dari nira dengan menguapkan airnya kemudian dicetak. Gula merah banyak digunakan untuk pemanis makanan, bumbu masak, dan bahan baku industri kecap. (Rukmana, 2015:206)

Produk lokal Sumatera Barat seperti Saka ini membutuhkan strategi promosi agar dapat meningkatkan *brand awareness* gula merah dengan cara strategi perancangan yang dapat menyelesaikan masalah. Strategi yang digunakan adalah Perancangan *Brand Identity* Gula Merah (SAKA) sebagai upaya Peningkatan Potensi Produk Lokal Sumatera Barat.

Terinspirasi dari bentuk dan gula merah, karena tidak memiliki garis tegas melainkan garis lengkung. Kesan yang dihasilkan: kokoh,

kuat, kekar, stabil. Dalam perancangan *brand identity* gula merah ini menggunakan *typestyle* yang menggambarkan Icon dari gula merah.

Orisinalitas di atas dapat digunakan sebagai acuan perancangan *corporate identity* dadih yang perbedaanya adalah tidak membahas branding tetapi membuat identitas untuk membangun citra bagi perusahaan dan produk yang dihasilkan oleh usaha dadih murni sebagai produk lokal yang berkualitas, dan sebagai tanda pengenal bahwa dadih tersebut berasal dari usaha murni di Ngarai Sianok.

