

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha “Egar Manah” merupakan usaha yang memperjual-belikan anggur. Usaha ini menjual anggur yang biasa dikemas menggunakan peti kayu, kerat, sterofoam dan juga keranjang. Kata “Egar Manah” sendiri berasal dari dua kata. Kata “Egar” yang memiliki makna gembira atau senang, sedangkan “Manah” memiliki makna kekuatan dan juga sumber dari kelemahan dan manusia itu sendiri sebagai arsitek dalam menuju keberhasilannya.

Daya tarik utama dari usaha ini adalah rasa dan rupa anggur yang manis dan juga segar sehingga dapat menarik minat para pelanggan. Dengan rasa dan rupa yang istimewa tersebut, usaha ini memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan. Namun melihat persaingan yang semakin meningkat di kalangan produsen anggur maka usaha egar manah perlu meningkatkan jenis media promosi yang digunakan untuk menjangkau konsumen yang tersebar di berbagai tempat. Maka salah satu yang bisa dilakukan adalah mengupayakan supaya jenis media promosi semakin variatif baik yang tercetak ataupun online. Upaya pertama yang perlu dilakukan untuk berpromosi adalah memiliki identitas visual yang kuat seperti menciptakan logo perusahaan sebagai tanda pengenalan yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk egar manah dengan produk lain.

Logo Perusahaan yang dibuat secara tepat akan mampu memberikan citra yang baik di mata publik dan dapat mengkomunikasikan tujuan yang ingin dicapai oleh Perusahaan dengan efektif. Usaha “Egar Manah” ini belum memiliki logo sehingga masyarakat terlihat sulit untuk mengenal perusahaan ini. Logo perusahaan yang efektif haruslah unik, sesuai, dengan bentuk jelas dan simpel serta menggambarkan pesan pengusaha tentang bisnis yang dijalankan. Selain belum memiliki logo, permasalahan usaha ini yaitu kurangnya media promosi dalam pemasaran produknya. Dalam dunia

perdagangan, media promosi sangatlah penting karena dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan mempromosikan produk ia sendiri.

1.2 Batasan Masalah

Dalam penyusunan penelitian ini, ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dibatasi pada beberapa aspek terkait usaha “Egar Manah.” Fokus utama dari penelitian ini adalah pada pengembangan media promosi dan desain identitas visual, terutama logo, sebagai langkah awal untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah meningkatnya persaingan produsen anggur.

Penelitian ini hanya akan membahas media promosi yang berpotensi digunakan oleh "Egar Manah," baik berupa media cetak maupun online. Tidak dibahas secara mendalam mengenai strategi pemasaran lainnya, seperti harga, distribusi, dan pelayanan konsumen. Penelitian difokuskan pada pembuatan logo perusahaan sebagai identitas visual. Proses pembuatan logo ini dibatasi pada aspek visual, simbolik, dan fungsional yang relevan dengan tujuan dan citra usaha, tanpa membahas elemen branding lainnya seperti slogan atau kampanye promosi secara keseluruhan. Saat ini, “Egar Manah” memiliki kendala dalam hal media promosi yang kurang variatif, sehingga penelitian tidak akan membahas masalah di luar lingkup tersebut, seperti kualitas produk atau distribusi. Pembahasan mengenai persaingan pasar hanya dibatasi pada konteks perlunya peningkatan media promosi untuk meningkatkan daya saing, tanpa menganalisis detail pergerakan pesaing secara lebih mendalam. Batasan ini dimaksudkan untuk menjaga fokus penelitian agar tetap relevan dengan pengembangan media promosi dan identitas visual yang dapat meningkatkan brand awareness dari usaha ”Egar Manah”.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa kendala yang dihadapi usaha “Egar Manah” dalam menciptakan identitas visual yang kuat?

2. Bagaimana cara mengembangkan strategi pemasaran yang dapat bersaing dengan produsen anggur lain di pasar yang semakin kompetitif?

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan promosi ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat rancangan identitas visual utama usaha Egar Manah yaitu logo.
2. Membuat rancangan media pendukung (*kartu nama, kop surat, brosur, papan nama, nota kontan, cap stempel, t dan t-shirt*) untuk usaha Egar Manah.

1.5 Manfaat Perancangan

Berikut merupakan manfaat bagi perancangan itu dibuat terhadap beberapa pihak seperti:

1. Bagi Perusahaan
Manfaat utama yang dirasakan oleh “Egar Manah” yaitu peningkatan media promosi yang dapat membantu dalam penyebaran identitas usaha.
2. Bagi Konsumen
Manfaat bagi masyarakat sekitar yaitu mengetahui keberadaan usaha “Egar Manah” yang mungkin sebelumnya belum diketahui dan menambah daya tarik para konsumen.
3. Bagi Peneliti
Melatih ide baru untuk merancang media promosi dan membangun hubungan dengan masyarakat sekitar.

1.6 Sasaran/Target Perancangan

Target utama dari usaha ini adalah perusahaan dalam maupun luar negeri yang menggunakan anggur sebagai bahan utama produksi produknya seperti usaha minuman, makanan, dan produk kecantikan.