PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KALIREJO BESERTA MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

Adithya Pratama, M.Pd.[1] , Izzatul Qomariyah [2]

Program Studi Desain Kounikasi Visual, Fakultas Ilmu Komunikasi

Istitut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan

Jln. Raya Warungdowo Komplek PCNU Pasuruan

[1]izzatulqomariyah250@gmail.com , [1]izzatulqomariyah250@gmail.com

ABSTRAK

Identitas visual adalah gambaran pertama yang di kenal oleh masyarakat dengan adanya idetitas visual pada produk maka produk tersebut tidak akan di ragukan lagi oleh masyarakat. Desa kalirejo merupakan salah satu desa di kabupaten pasuruan yang di kenal dengan banyaknya pondok pesantren serta tak sedikit pula jajanan jajanan tradisional yang di jual oleh masyarakat kalirejo.contohnya di dusun rojo gunting ada salah satu umkm yang menjual jamu tradisional, beliau sudah berjualan jamu sekitar 6 tahunan. Kelemehannya produk jamu tradisional tersebut tidak memilik identitas visual sehingga produk tersebut tidak terlalu di kenal oleh masyarakat selain kalirejo. Maka dengan demikian penulis memutuskan untuk membuat identitas visual berupa logo dan stiker yang di tempelkan di botol jamu tersebut.

Penlitian ini merupakan penelitian Research and Development (R&D) yang bertujuan untuk merancang identitas visual produk jamu tradisional di kalirejo. Pengembangan yang dilakukan menggunakan model prosedural dengan model pengembangan Borg dan Gall (Sugiyono, 2015) yang dibatasi dengan 7 tahapan yaitu: 1) Potensi dan masalah 2) Pengumpulan data 3) Desain produk 4) Validasi desain 5) Perbaikan desain 6) Uji coba produk 7) Revisi.

Kata Kunci : *Identitas Visual, Jamu tradisional,Media promosi*

ABSTRACT

Visual identity is the first image known by the public with the visual identity of the product, the product will not be doubted by the community. Kalirejo Village is one of the villages in Pasuruan Regency which is known for its many Islamic boarding schools and not a few traditional snacks sold by the Kalirejo community.For example in Rojo Gunting Hamlet there is one MSME that sells traditional herbs, he has been selling herbal medicine for about 6 years. The weakness of traditional herbal products does not have a visual identity so that the product is not too well known by people other than Kalirejo. Thus, the author decided to create a visual identity in the form of a logo and sticker attached to the herbal medicine bottle.

This research is a Research and Development (R&D) research that aims to design the visual identity of traditional herbal products in Kalirejo. Development carried out using a procedural model with the development model of Borg and Gall (Sugiyono, 2015) which is limited to 7 stages, namely: 1) Potential and problems 2) Data collection 3) Product design 4) Design validation 5) Design improvements 6) Product trials 7) Revision.

Keywords : *Visual Identity, Traditional Herbal Medicine, Promotional Media*

PENDAHULUAN

Jamu sudah sangat tak asing di telinga masyarakat Indonesia khususnya di pasuruan. Ada banyak sekali orang yang berjualan jamu dari mulai jamu gendongan,jamu botolan hingga yang praktis seperti jamu bubuk bahkan ada juga yang berbetuk pil(kapsul),tapi setelah berkembanya zaman jamu sudah tidak di nomor satukan seperti dulu,kini banyak masyarakat yang lebih memilih obat modern di apotik di bandingkan jamu tradisional.

Desa kalirejo merupakan salah satu desa di kabupaten pasuruan yang di kenal dengan banyaknya pondok pesantren dan juga ada beberapa camilan camilan rumahan yang banyak di kenal, tidak hanya itu, di kalirejo ada satu satunya penjual jamu tradisional,hanya saja jamu tersebut tidak begitu di kenal oleh masyarakat luar kalirejo karena produk jamu ini tidak memiliki nama dan tidak memiliki identitas visual dari produknya tersebut sehingga minimnya orang yang membeli. Identitas visual adalah sistem komunikasi visual untuk memperkenalkan nama produk kepada masyarakat, karena identitas visual merupakan pesan pertama yang dilihat oleh masyarakat.

Identitas visual merupakan sebuah tanda untuk membedakan suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Identitas visual memiliki beberapa elemen elemen yaitu: logo, tipografi, warna dan aset visik dari brand.

Oleh sebab itu penulis berencana membuat identitas visual produk jamu tradisional di kalirejo Berdasarkan hasil observasi wawancara melalui beberapa orang di desa kalirejo, masyarakat disini lebih memilih jamu botolan karena di buat secara alami dan masih fresh,meskipun kebanyakan orang lebih memilih jamu botolan tak sedikit juga yang memilih jamu bubuk karena lebih praktis dan lebih tahan lama sedangkan jamu botol hanya bisa bertahan hingga kurang lebih 1-2 hari.

Penjual jamu tradisional di kalirejo tepatnya di desa rojo gunting hanya menggunakan botol bekas air meneral saja dengan tanpa adanya identitas visual di botolnya sehingga terlihat kurang menarik dan juga tidak terlalu di yakini oleh konsumen. Penjual jamu di kalirejo hanya menjual jamu dengan cara keliling menggunakan sepeda tanpa adanya media promosi yang lainnya, minimnya pengetahuan penjual terhadap media promosi dan desain grafis menjadi penyebab tidak di kenalnya produk beliau oleh banyak masyarakat.

Oleh sebab itu penulis berencana membuat identitas visual produk jamu tradisional di kalirejo karena identitas visual dapat mempengaruhi peningkatan penjualan. serta adanya media promosi yang di lakukan secara online, promosi secara online di sosial media seperti fecebook, instagram dan story di watsap

Tujuan penelitian dan pengembangan dalam perancangan identitas visual produk”jamu tradisional” di kalirejo beserta media promosi sebagai upaya meningkatkan minat beli konsumen adalah 1. Untuk menjelaskan apa itu jamu tradisional serta pentingnya adanya identitas visual pada suatu produk 2. Untuk menjelaskan proses perancangan identitas visual jamu tradisional 3. Untuk memperkenalkan jamu tradisional dengan tampilan terbaru yaitu dengan adanya identitas visual berupa logo beserta media promosi di media sosial untuk meningkatkan minat konsumen

Spesifikasi produk yang di hasilkan dari penelitian dan pengembangan ini adalah

1. Identitas visual berupan logo 2. Membuat logo lambang atau kombinasi 3. Sebuah botol jamu yang sudah di tempel stiker dari logo yang di buat

METODE PENELITIAN

Strategi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Research and Development (R and D) yaitu merupakan proses/ metode yang di gunakan untuk memvalidasi dan mengembangkan produk. Metode penelitian dan pengembangan dapat di artikan sebagai cara ilmiah untuk meneliti,merancang,memproduksi dan menguji validitas produkyang telah di hasilakan (sugiyono 2021: 306)

Menurut (sugiyono 2021:404-418) Langkah langkah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 1. Potensi masalah 2. Pengumpulan data 3. Desain produk 4. Validasi desain 5. Revisi desain produk 6. Uji coba produk 7. Revisi produk 8. Uji coba pemakaian 9. Revisi produk 10. Produksi masal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

*Proses perancangan

Wawancara

Peneliti melakukan identifikasi masalah pada UMKM jamu tradisional ini melalui wawancara bersama owner dimulai dengan sejarah singkat serta perihal pemasaran dan media promosi yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produknya

Layout gagasan

Proses perancangan awal yaitu menggunakan layout gagasan atau ide.di mana peneliti menggambarkan sketsa awal yang di buat pada sebuah kertas dan ada beberapa alternatif desain, yang mana nantinya akan di pilih yang terbaik dari dari beberapa gambar tersebut

Warna dasar yang di gunakan dalam perancangan identitas visual ini adalah warna warna yang melambangkan kebersihan serta kealamian dan kesegaran dengan memadukan warna hijau, hijau tua dan putih.

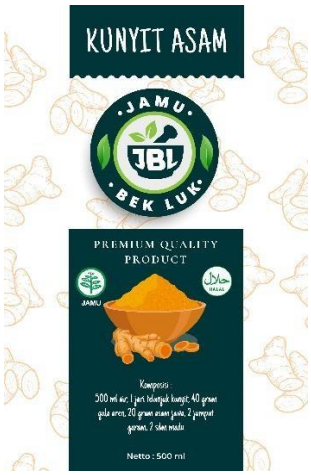
#043927 Sacramento #043927

#74C365 Hijau daun #74C365

Putih

Jenis huruf yang akan di gunakan adalah tipe huruf Montserrat.

pengaplikasian



Data validasi ahli media

Validasi ahli media di lakukan oleh bpk Yunasman Salam S,Sn.M.Pd. pada taggal 15 mei 2023 instrumen untuk melakukan validasi ini terdiri dari 20 pertanyaan, Nilai maksimal dari keseluruhan jawaban adalah 100, ahli media memberikan nilai 81.

$$P = \frac{X}{Xi} \times 100\%$$

$$P = \frac{81}{100} \times 100\%$$

$$= 81\%$$

Data validasi ahli desain

Validasi ahli desain di lakukan oleh bpk akmad arif wicaksono sandi S.Ds. M.Ds pada tanggal 15 mei 2023, instrumen untuk melakukan validasi ini terdiri dari 17 pertanyaan, nilai maksimal dari keseluruhan jawaban adalah 85 ahli desain memberikan nilai 62

$$P = \frac{X}{Xi}$$

$$P = \frac{62}{85} \times 100\%$$

$$= 72{,}9\%$$

Uji Coba Masyarakat

Uji coba terbatas melibatkan 50 orang kalirejo. Respon masyarakat kalirejo bertujuan untuk menguji kelayakan logo yang sudah di buat. Uji coba skala terbatas dilakukan

dengan menggunakan google from dengan jumlah 50 orang kalirejo, dengan jumlah 8 pertanyaan dengan nilai maksimal 2000 masyarakat kalirejo memberikan nilai 1802

$$P = \frac{X}{Xi} \times 100\%$$

$$P = \frac{1802}{2000} \times 100\%$$

$$= 90{,}1\ \%$$

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah logo kombinasi yang di buat untuk produk minuman tradisional di kalirejo serta sebuah stiker yang di tempelkan di produk jamu tradisional tersebut. Dengan menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D) yang bertujuan untuk merancang identitas visual produk jamu tradisional di kalirejo.

Pengembangan yang dilakukan menggunakan model prosedural dengan model pengembangan Borg dan Gall (Sugiyono, 2015) yang dibatasi dengan 7 tahapan yaitu: 1) Potensi dan masalah 2) Pengumpulan data 3) Desain produk 4) Validasi desain 5) Perbaikan desain 6) Uji coba produk 7) Revisi.

Instrument yang digunakan dalam penelitian berupa lembar validasi ahli (desain dan media) dan angket respon masyarakat. Hasil perancangan identitas visual produk jamu tradisonal di kalirejo di peroleh nilai validitas ahli desain 72,9%(valid), validitas ahli media 81% (sangat valid) dan respon masyarakat kalirejo 90,1% (sangat valid). Berdasarkan hasil tersebut maka modul yang dikembangkan dalam penelitian ini layak digunakan

SARAN

Perancagan identitas visual produk jamu tradisional di kalirejo yang baru sudah melalui uji validitas oleh ahli media dan ahli desain serta sudah di uji cobakan kepada responden. Pemanfaatan produk yang sudah dikembangkan tersebut sebaiknya dapat dimaksimalkan untuk pihak owner jamu tradisonal di kalirejo sehingga dapat miningkatkan penjualan produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyono(, 2021), *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan rnd,394,Bandung*

Sugiyono (2015), *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D,Bandung*

Sugiyono (2017), *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D,Bandung*