

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut zaman Dimana semua karyawan pabrik di phk (Kamal Ramadhan, 2015) Tren minuman segar terus berkembang di Indonesia, terutama yang berbasis buah-buahan. Salah satu minuman yang sedang populer adalah alpukat kocok, yang menawarkan cita rasa khas *alpukat* dengan *tekstur creamy*, berpadu dengan berbagai *topping seperti cokelat, susu kental manis, dan es serut*.

Salah satu brand yang menonjol dalam tren ini adalah Alpukat Kocok Bar-Bar Bang Kamal. Nama “*Bar-Bar*” mencerminkan gaya penyajian yang berani dan porsi yang melimpah, membuatnya menarik bagi pelanggan yang mencari *minuman segar* dengan rasa yang kuat dan tampilan *menggugah selera*. Keunikan dari Alpukat Kocok Bar-Bar Bang Kamal terletak pada pemilihan bahan berkualitas, racikan khas, serta strategi pemasaran yang kreatif di *media sosial*.

Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap minuman berbasis buah yang menyegarkan dan mengenyangkan, Alpukat Kocok Bar-Bar Bang Kamal memiliki potensi besar untuk berkembang lebih luas.

Minuman ini merupakan inovasi dari olahan buah alpukat yang dipadukan dengan susu, cokelat bubuk, dan es batu yang menghasilkan cita rasa yang manis, gurih, serta menyegarkan.

Buah alpukat (*persea americana*) dikenal sebagai buah kaya akan nutrisi seperti lemak baik (*omega-9*), vitamin E, kalium, dan serat. Dengan kandungan gizinya yang tinggi, alpukat sering kali dijadikan sebagai bahan makanan penunjang Kesehatan, baik untuk menurunkan kadar kolesterol, menjaga Kesehatan jantung, hingga sebagai sumber energi alami. Sayangnya meskipun banyak masyarakat yang menyadari manfaat alpukat,

tidak semua orang menyukai cara menyajikannya yang biasa, seperti dimakan langsung dibuat jus.

Fenomena meningkatnya permintaan terhadap minuman berbasis buah segar ini membuka peluang usaha baru yang potensial. Terutama dilingkungan perkotaan dan pusat kegiatan masyarakat seperti sekolah, kampus, perkantoran, hingga area wisata. Dengan modal usaha yang relative terjangkau, proses produksi yang tidak terlalu rumit, serta bahan baku yang mudah didapat, usaha minuman alpukat kocok dapat menjadi pilihan tepat bagi para pelaku UMKM maupun wirausahawan pemula.

Namun, agar usaha alpukat kocok ini dapat di tengah ketatnya kompetisi pasar minuman, perlu terencana dan strategis. Mulai dari identifikasi pasar sasaran, pemilihan Lokasi yang strategis, pengembangan resep, dan varian rasa citra dan kredibilitas sebuah produk yang melalui perancangan **identity** yang kuat, semuanya harus dirancang secara matang. Tanpa perancangan yang baik, potensi usaha ini bisa saja tidak berkembang secara maksimal, bahkan mengalami kegagalan di tengah jalan. Selain itu, berdasarkan survei perancangan logo alpukat kocok juga menjadi bagian penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi yang menjalankan usaha alpukat kocok bagi pemula terutama kalangan generasi muda. Melalui kegiatan ini individu diajak untuk belajar bagaimana merancang produk yang mudah dikenal oleh masyarakat, sesuai kebutuhan pasar, membuat perhitungan biaya dan keuntungan, mengelola sumber daya, serta beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen. Oleh karena itu perancangan logo alpukat kocok diperlukan untuk menciptakan identitas produk serta diterapkan pada berbagai media seperti *stiker packaging*, dan *merchandise*.

Perancangan logo ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan produk yang disukai oleh kalangan ibu-ibu rumah tangga, anak-anak kos, kalangan perkantoran, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pola konsumsi masyarakat yang lebih sehat dan inovasi. Sebagai meningkatkan daya saing awareness terhadap identitas logo, ini menjadi bekal penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan memiliki daya saing. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang latar belakang bisnis, daya tarik produk, guna meningkatkan sebuah merk yang digunakan dalam membangun brand ini. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perlu dilakukan 3 penelitian untuk membantu UMKM dalam penyusunan laporan UMKM berdasarkan UMKM melalui Tugas Akhir yang berjudul” **Perancangan Logo Alpukat Kocok Sebagai Identitas Visual UMKM**”.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1. Kualitas dan Konsistensi Produk

Merupakan faktor utama dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, khususnya pada produk kuliner seperti *alpukat kocok*. Dalam konteks UMKM, menjaga kualitas rasa, tampilan, penyajian produk guna agar pelanggan tetap loyal dan merekomendasikan produk tersebut. Namun, kualitas produk tidak hanya mencakup aspek rasa atau bahan baku, tetapi juga visual dari merek sendiri. Oleh karena, dibutuhkan identitas visual yang mampu mencerminkan kualitas tersebut secara konsisten, terutama melalui logo. Logo dirancang secara professional mampu memberikan Kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai, standar, dan keseriusan dalam penyajiannya. Dengan demikian, konsumen akan mengasosiasikan kualitas visual dengan kualitas isi. Konsistensi penggunaan logo di berbagai media, seperti *stiker kemasan, merchandise* memperkuat *brand recognition* dan membuat produk lebih mudah diingat. Konsisten guna mendukung kepercayaan publik bahwa produk tersebut terkelola dengan baik dan memiliki arah yang jelas dalam perancangan logo alpukat kocok sebagai identitas visual UMKM. Dalam perancangan logo untuk produk alpukat kocok, pendekatan desain tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi Upaya menyampaikan pesan bahwa produk memiliki standar mutu dan dapat diandalkan. Hal menjadi penting bagi UMKM dalam Upaya membangun citra profesional dan jangka Panjang ditengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

1.2.1. Persaingan Pasar

Munculnya pesaing baru popularitas alpukat kocok menarik banyak pelaku usaha baru, meningkatkan persaingan di pasar lokal.

Inovasi produk diperlukan inovasi terus-menerus dalam varian rasa dan penyajian untuk membedakan diri dari kompetitor.

1.3.1. Strategi Promosi dan Pemasaran

Pemanfaatan media sosial kurangnya promosi melalui platform digital dapat membatasi jangkauan pasar. Studi kasus pada UMKM serupa menunjukkan bahwa promosi berbasis media sosial dan e-commerce dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan.

Brand Awareness membangun kesadaran merek yang kuat memerlukan strategi pemasaran yang efektif dan konsisten.

1.4.1. Manajemen Operasional

Pengelolaan keuangan UMKM sering menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan, termasuk modal kerja dan arus kas.

Sumber daya manusia pelatihan karyawan untuk memastikan standar pelayanan dan kualitas produk tetap terjaga.

1.5.1. Ruang Lingkup Perancangan

Perubahan difokuskan pada pengembangan identitas visual berupa logo utama untuk produk alpukat kocok yang dimiliki oleh salah satu pelaku UMKM. Fokus perancangan logo terbatas pada pembuatan logo berserta turunannya yang dapat diterapkan ke berbagai media visual seperti stiker kemasan, merchandise yang mendukung promosi produk. Lingkup tidak mencakup secara menyeluruh, namun hanya berfokus pada visual logo sebagai dasar penguatan citra produk.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pertanyaan di atas, rumusan masalah dapat disusun dalam bentuk penelitian, misalnya:

1. Meracangan logo yang meresentasikan identitas dan nilai produk alpukat kocok secara visual.
2. Meningkatkan daya tarik produk melalui visual perancangan logo yang konsisten dan menarik

3. Menghasilkan desain logo yang adaptif dan aplikatif pada berbagai media promosi

1.4 Manfaat Perancangan

1. Bagi UMKM
Membantu meningkatkan daya saing produk di pasar melalui identitas visual yang kuat.
2. Bagi Konsumen
Mempermudah dalam mengenali dan mengingatkan produk melalui tampilan visual yang menarik.
3. Bagi Desainer
Menjadi sarana pengembangan keterampilan dalam merancang identitas secara visual secara profesional dan strategis.

1.5 Ruang Lingkup

Perancangan terbatas pada desain logo utama dan aplikasinya ke media pendukung seperti *stiker kemasan*, *merchandise* (seperti kaos,dll), serta tampilan digital sederhana. Perancangan tidak mencakup dalam strategi pemasaran menyeluruh, namun berfokus pada pengembangan identitas visual sebagai elemen dasar *perancangan logo* pada produk UMKM.

1.6 Metode Perancangan

Perancangan dilakukan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yang mencakup lima tahapan:

1. Empathize
Menggali kebutuhan dan persepsi target audiens yang spesifik berdasarkan hasil eksplorasi kebutuhan.
2. Define
Menyusun permasalahan desain yang spesifik berdasarkan hasil eksplorasi kebutuhan.
3. Ideate
Menghasilkan berbagai konsep visual melalui sketsa dan eplorasi gaya desain.
4. Prototype
Membuat desain visual logo dan contoh elemen atau logo yang digerakan.
5. Test

Menguji efektivitas logo pada audiens target untuk mengetahui daya tarik dan keterbacaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan atau penyusunan Laporan Tugas Akhir Prodi DIII Desain Komunikasi Visual (DKV) yang berjudul **“PERANCANGAN LOGO ALPUKAT KOCOK”**

terdiri dari bagian-bagian berikut :

HALAMAN JUDUL

HALAMAN ORISINALITAS

HALAMANPERSETUJUAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PENGESAHAN

PERSEMBAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Tujuan Perancangan

1.4 Manfaat Perancangan

1.5 Ruang Lingkup

1.6 Metode Perancangan

1.7 Sintematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sejenis

2.2. Landasan Teori

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

3.2. Tempat Penelitian

3.3. Bahan Penelitian

3.4. Alat Penelitian

3.5. Sumber Data

3.6 Prosedur Penelitian

3.7 Kerangka Berpikir

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Objek Penelitian

4.2 Pembuatan Karya

4.3 Konsep

4.4 Proses Perancangan

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran