

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

Perancangan ini menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan serta menggali informasi yang digunakan dalam pengembangan tugas akhir “Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang”. Data yang diperoleh akan di olah dan di analisis untuk disajikan acuan sebagai data pendukung yang akurat dalam perancangan.

Dalam perancangan Tugas Akhir menggunakan tiga metode yaitu metode penelitian kualitatif yang di analisis dengan metode analisis 5W + 1H (*What, When, Who, Where, Why, How*) serta metode perancangan *design thinking*. Paparan dari penggunaan metode tersebut dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu analisis, perancangan, dan rancangan pengujian.

1.1 Analisis

Perancangan visual branding Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang ini menerapkan beberapa metode dalam pengumpulan data secara kualitatif untuk menjelaskan masalah, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya data tersebut akan diolah dan disajikan sesuai dengan hasil yang didapat. Selain itu perancangan ini menggunakan trigulasi data sumber untuk menentukan kebenaran data yang didapatkan.

Dalam perancangan ini menggunakan metode *design thinking*. Adapun tahapan tahapan metode dari *design thinking* yaitu *empathize, define, ideate, prototype* dan *test*. Pada bab ini memaparkan proses *empathize* dan *define* yang digunakan untuk pemecahan dari suatu masalah.

1.1.1 Pengumpulan Data (*Empathize*)

Pengumpulan data dan informasi menggunakan teknik 3 teknik pengumpulan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahapan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara melibatkan 4 narasumber utama yaitu Kepala Desa Banjarwaru, Kordinator Perencanaan dan Pengembangan Desa Banjarwaru, Ketua Karang Taruna Desa Banjarwaru dan Pengelolah *Home Industry* Roti & Kue Desa Banjarwaru. Wawancara dilakukan dengan tujuan menggali data pokok.

Berikut merupakan gambaran besasar tentang instrument wawancara yang ditujukan kepada narasumber :

1. Bagaimana Latar Belakang berdirinya Kampung Roti Bundelan?
2. Apakah Kampung Roti Bundelan memiliki visi dan misi?
3. Apakah Kampung Roti Bundelan memiliki *unique value proposition* ?
4. Siapa Taget Market Kampung Roti Bundelan ?
5. Bagaimana kondisi Kampung Roti Bundelan?
6. Apakah ada upaya pengembangan kampung dari masyarakat, perangkat desa, atau pemerintah ?
7. Apa kekurangan Kampung Roti Bundelan?
8. Apa potensi yang dapat di kembangkan dari Kampung Roti Bundelan?

Observasi dilakukan menggunakan kamera saku dan kamera digital sebagai perangkat yang digunakan dalam dokumentasi. Observasi tersebut meliputi:

1. Aktor (Produsen Roti & Kue)

2. Aktivitas (proses pembuatan roti & kue)
3. Tempat (kondisi lingkungan Kampung Roti Bundelan)
4. Objek (benda-benda yang terdapat di sekitar Kampung Roti Bundelan)

Trigulasi data dalam perancangan ini menggunakan pendekatan trigulasi data sumber, dengan mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama, sehingga dengan trigulasi maka data akan lebih valid dan kekuatan data lebih bisa di pertanggungjawabkan

1.1.1.1 Data Wawancara

Pada tahap ini Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan 3 narasumber.

1. Wawancara kepada Kepala Desa Banjarwaru

a. Proses Wawancara

Sebelum melakukan wawancara perancang terlebih dahulu meminta izin dan membuat janji dengan maksud dan tujuan kegiatan wawancara yang akan perancang lakukan dengan kunjungan secara langsung ke Kantor Desa Banjarwaru. Pada tanggal 10 Oktober 2022 pada pukul 10.30, dikantor Desa Banjarwaru. Perancang menemui Bapak Samsul Arifin,S.Pt , selaku Kepala Desa Banjarwaru. Wawancara berlangsung selama kurang lebih 45 menit dan didokumentasikan dengan rekaman wawancara perancang dengan narasumber, dan diakhir dengan foto bersama.



Gambar 3. 1 Wawancara Kepala Desa Banjarwaru (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

b. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Banjarwaru Bapak Samsul Arifin, Kampung Roti Bundelan ini berdiri sejak tahun 2020. Desa Banjarwaru sendiri telah terbagi menjadi tiga yaitu Dusun Krajan, Dusun Ledok, dan Dusun Bundelan.

Menurut beliau Banjarwaru sebagian besar lahannya merupakan lahan pertanian mayoritas penduduk desa banjarwaru menjalani profesi sebagai petani. Selain itu juga beragam umkm serta sektor industry besar tumbuh berkembang di Desa Banjarwaru. Diantaranya UMKM roti dan kue, bengkel motor klasik, bimbingan belajar, dan lain-lain. Setiap dusun memiliki potensi yang berbeda seperti Dusun Krajan memiliki potensi berupa bengkel motor klasik, dan Dusun Bundelan memiliki keunggulan yaitu banyaknya UMKM roti dan kue.

Pak Samsul Arifin S,Pt juga menjelaskan tentang asal mula berdirinya Kampung Roti Bundelan ini, banyak warga Desa Banjarwaru khususnya Dusun Bundelan yang bekerja di salah satu toko roti ternama di Kabupaten Lumajang.

Sehingga pada pandemic covid lalu banyak karyawan yang dirumahkan dengan demikian para produsen roti berinisiasi untuk membuka usaha sendiri di rumahnya. Dusun bundelan ini terdapat kurang lebih 8-9 orang yang terkena dampak dari pandemic covid 19. Maka dari itu menjadi tugas kami selaku pemerintah untuk membranding dan memperkenalkan potensi dari Dusun Bundelan ini.

Beliau juga menuturkan tentang visi dan misi Kampung Roti Bundelan ini yaitu untuk menjadi wadah untuk mensejahterakan masyarakat Desa Banjarwaru dan juga berdampak bagi masyarakat luas. Beliau juga menuturkan target dari Kampung Roti Bundelan ini yaitu warga Kabupaten Lumajang yang berusia 21-45 tahun yang sudah bekerja dan suka mengkonsumsi roti. Selain itu juga kami juga menerima visitor untuk belajar membuat kue seperti yang sudah dilakukan oleh SMP 1 Lumajang dan MI Nurul Islam. Sehingga Kampung Roti Bundelan ini juga ingin menyuguhkan wisata edukasi proses pembuatan roti akan tetapi itu masih menjadi rencana kedepan kami.

Pak Samsul Arifin pun juga menjelaskan tentang keunikan dari Kampung Roti Bundelan yaitu kami menawarkan berbagai jenis yang berbahan dasar pisang seperti roti pisang agung lumjang, pisang kirana Lumajang, bluder pisang Lumajang. Selain itu kami kami menyuguhkan *experience* belajar, bermain, dan kulineran. Jadi bisa menambah wawasan, sekaligus juga dapat seru seruan disini. Kami juga akan membuka *tobing river* yang masih dalam uji coba atau test.

Menurut beliau juga mengatakan yang menjadi kekurangan dari Kampung Roti Bundelan adalah adanya pandemic Covid -19 yang menghambat rencana

pembangunan desa. Selain itu, beberapa produsen roti dan kue belum memiliki badan hukum, serta produk kurang di kenal, selain itu juga Kampung Roti Bundelan ini masih banyak terkendala dalam segi media promosi, publikasi, serta sumber daya masyarakat desa dan perangkat desa yang kurang mampu memanfaatkan teknologi, sehingga penyampaian informasi kepada masyarakat luas kurang optimal.

Kemudian Pak Samsul juga menyebutkan tentang kondisi Kampung Roti Bundelan saat ini ia menceritakan bahwa mulai ada perkembangan, seperti adanya kunjungan kunjungan dari pihak eksternal untuk belajar membuat kue, selain itu juga sudah dilakukan proses pembangunan untuk café dan bakery untuk menampung produk yang telah diolah dari home industry. Serta adanya bantuan dari teman teman KKN Universitas Negeri Jember untuk membantu produsen melegalisasi agar memiliki badan usaha dan warga yang juga antusias untuk bersama-sama membangun Kampung Roti Bundelan.

Selanjutnya Pak Samsul juga menuturkan upaya pengembangan yang sudah dilakukan oleh perangkat desa yaitu jembatan untuk pembangunan desa dan mengisi kekurangan yang ada di lingkup desa atas keluhan dari masyarakat. Selain itu, pemerintah desa juga telah mempersiapkan acara berupa kirab gunungan roti dengan tujuan sebagai tasyakuran atas nikmat yang telah di berikan oleh tuhan sekaligus merupakan ajang memperkenalkan produk UMKM roti dan kue di Desa Banjarwaru. Selain itu juga pemerintah desa sebagai stake holder telah menjalin Kerjasama untuk meningkatkan sumber daya manusia dan peningkatan kualitas produk.

Di akhir wawancara Pak Samsul juga berharap kedepannya Kampung Roti Bundelan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Beliau juga berharap sumber daya manusia yang ada di Kampung Roti Bundelan bisa meningkat dengan upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah desa. Serta beliau juga ingin dengan dikenalnya produk di masyarakat luas maka menambah penghasilan produsen. Sehingga dapat mensejahterakan masyarakat.

2. Wawancara kepada Ketua Karang Taruna Desa Banjarwaru Mas Ali Ikhwan

a. Proses Wawancara

Pada tanggal 10 Oktober 2022 setelah melakukan wawancara kepada Bapak Samsul Arifin selaku Kepala Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang. Perancang disarankan untuk melakukan wawancara kepada Ketua Karang Taruna Desa Banjarwaru yaitu Mas Ali Ikhwan. Pada hari yang sama perancang menemui Mas Ali Ikhwan selaku Ketua Karang Taruna Desa Banjarwaru, tetapi Mas Ali Ikhwan terdapat aktivitas lain sehingga Perancang membuat janji di hari yang lain untuk melakukan wawancara. Kemudian Mas Ali Ikhwan memberikan jadwal yang memungkinkan untuk melakukan wawancara, yaitu tanggal 24 Oktober 2022 pukul 10.00 di rumah kediaman Mas Ali Ikhwan. Wawancara berlangsung selama kurang lebih 30 menit dan didokumentasikan dengan rekaman wawancara perancang dengan narasumber.

b. Hasil Wawancara

Berdasarkan penjelasan dari Mas Ali, Karang Taruna Desa Banjarwaru atau sering disebut WADAKARTI (Waru Muda Karya Bakti) merupakan organisasi dibawah naungan Perangkat Desa. Dimana WADAKARTI ini merupakan wadah pembinaan dan pengembangan kreatifitas generasi muda Desa Banjarwaru yang memiliki tujuan untuk menjaga, merawat, serta melestarikan sejarah dan budaya yang ada di Desa Banjarwaru. Selain itu WADAKARTI ini juga bertugas menjadi pengelolaan pariwisata edukasi yang ada pada Desa Banjarwaru.

Mas Ali juga menuturkan bahwa Tim WADAKARTI sebagai pengelolah wisata masih beradaptasi dengan berbagai tantangan seperti bagaimana menambah eksistensi dari tempat ini akan tetapi mas Ali dan rekannya serta masyarakat bersatu untuk gotong toyong untuk menciptakan Kampung Roti Bundelan yang berkembang dan dapat berdaya saing sebagai tempat wisata edukasi dan kuliner. Beliau juga menuturkan masih diperlukan campur tangan inverstor atau yang ingin menyumbang untuk membangun Kampung Roti Bundelan untuk SDM yang baik, dan sarana dan prasarana yang memadai. Dan bagaimana juga cara memperkenalkan Kampung Roti Bundelan. Maka diperlukan adanya Media Branding, pemasaran, dan sistem informasi yang jelas seperti media social berupa tiktok, Instagram, website, brosur, dan masih banyak lagi agar calon pengunjung tau tentang Kampung Roti Bundelan. Mas Ali menuturkan bahwa kami selaku pengelolah usaha belum secara continue dan terkeloal dengan baik dengan pemasaran digital.

Selain itu Mas Ali juga menginginkan dan mengahrapkan agar Kampung Roti Bundelan dapat dikenal masyarakat luas, terutama masyarakat Kabupaten Lumajang. Beliau juga menuturkan alasan bahwa keinginan tersebut dikarenakan jika memiliki pengunjung yang datang ke Kampung Roti Bundelan maka akan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

3. Wawancara kepada Pengelolah Home Industry Roti & Kue Desa Banjarwaru Pak Abidin

a. Proses Wawancara

Pada waktu yang sama setelah melakukan wawancara kepada Mas Ali perancang melanjutkan wawancara yang ketiga yaitu kepada pengelolah home industry roti dan kue Desa Banjarwaru. Dalam wawancara ini melibatkan narasumber yaitu bapak Anton Ali Abidin. pukul 13.00 di rumah kediaman Bapak Abidin . Wawancara berlangsung selama kurang lebih 28 menit dan didokumentasikan dengan rekaman wawancara perancang dengan narasumber, dan diakhir dengan foto bersama.



Gambar 3. 2 Wawancara Pengelolah Home Industri (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

b. Hasil Wawancara

Pak abadin menceritakan tentang beliau yang telah menjadi home industri roti dan kue, jadi saya ketika menjadi pengusaha roti dan kue ketika sejak tahun 2015 dimana pada tahun tersebut saya telah keluar dari salah satu Perusahaan roti dan kue yang ada di Lumajang, Akhirnya saya memutuskan untuk membuka sendiri di rumah, dan alhamdulillahnya lagi banyak yang minat dengan produk yang saya buat. Lalu pada tahun 2018 usaha rotinya mengalami kemunduran dan akhirnya beliau memutuskan untuk pindah ke Bali dan akan membuka gerai disana, akan tetapi alam berkehendak lain Dunia di terjang pandemic covid-19 sehingga Pak Abidin harus pulang lagi ke Lumajang. Lalu saya di bantu oleh perangkat desa untuk membrending dusun bundelan menjadi Desa Wisata Edukasi & Kuliner.

Beliau juga menuturkan untuk saat ini selain menjajahkan produknya pada Desa Wisata Pak Abidin juga melakukan penjualan roti dan kue di lakukan secara by order dimana ketika ada yang menginginkan roti, jadi saya ini hanya membuatkan saja hanya memproduksi dan tidak menjual karna hanya ongkos tenaga kerja saja “Nguli” yang disebabkan tidak adanya tempat untuk berjualan. Jadi selama ini saya menjualkan roti ini ada bakul keliling yang menjualkan di kota.

Berdasarkan penuturan beliau peembuat roti disini banyak yang keluaran salah satu toko roti ternama di Lumajang. Tetapi saat ini sudah banyak yang beralih profesi lain seperti jadi TKW. Akan tetapi sampai sekarang disini masih ada 9 home industri yang masih aktif dan mengembangkan usahanya.

Selain itu Pak Abidin juga mengatakan bahwa produk yang dihasilkan oleh pengerajin di sini sangat beragam seperti roti dan kue pada umumnya akan tetapi yang menjadi keunikan produk yang kami buat adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas. Produk yang kami unggulkan sekarang adalah roti pisang, setrudel pisang, dan bluder pisang. Pisang yang digunakan dalam produksini adalah menggunakan pisang jenis Pisang Agung Khas Kabupaten Lumajang yang tidak di miliki oleh kabupaten atau kota lain.

Kemudian pak Abidin menjelaskan, wisatawan atau pembeli dapat memesan roti dan kue sesuai dengan keinginan tanpa minimal order ,dan dengan harga yang terjangkau. Wisatawana atau pembeli juga bisa merasakan sensasi membuat roti bautan mereka sendiri.

Produksi roti dan kue yang ada di Kampung Roti Bundelan ini menurut Pak Abidin tergolong masih tradisional. Peralatan yang digunakan untuk pembuatan roti dibutuhkan mesin selep, spatula, Loyang, oven tangkring, dan gas elpiji.

Pada akhir Wawancara Beliau berharap Kampung Roti Bundelan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas , sehingga banyak orang yang berkunjung Kampung Roti Bundelan, sehingga dapat meningkatkan ekonomi home industry roti dan kue yang ada pada Desa Banjarwaru.

1.1.1.2 Data Observasi

Selain menggunakan wawancara, perancang menggunakan observasi untuk melengkapi data yang dicari. Observasi ini dibagi menjadi 4 untuk menggali data, yaitu aktor, aktivitas, tempat, dan objek.

1. Aktor

Observasi aktor dilakukan untuk mengetahui orang-orang yang terlibat dengan penelitian yang dilakukan. Dalam kegiatan observasi aktor yang diamati adalah para pengelola home industry roti & kue dan Karang Taruna sebagai pengelola wisata di Kampung Roti Bundelan



Gambar 3. 3 Observasi aktor Pengelola Home Industri (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa kebanyakan pengelola home industry roti & kue yang berada di Kampung Roti Bundelan yang membuat roti dan kue termasuk dalam kategori usia masa lansia awal yaitu antara 46- 55 tahun. Pada saat observasi dilakukan, pengelola UMKM roti dan kue juga sedang menunjukkan proses pembuatan roti dan kue mulai dari mempersiapkan alat dan bahan, mengadon adonan hingga proses packing.

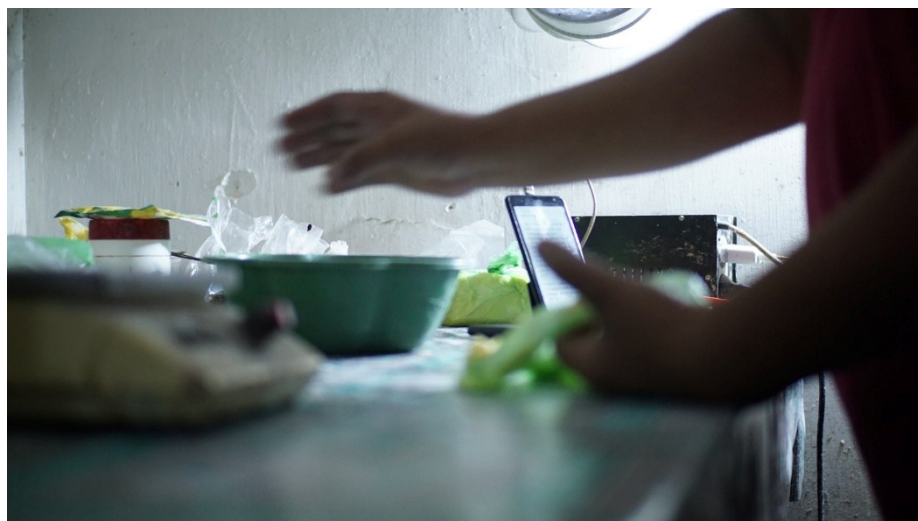


Gambar 3. 4 Gambar pengelola sedang memberikan edukasi pembuatan roti (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Sedangkan pada kegiatan eduwisata yang dikelola oleh anggota karang taruna WADAKARTI ditemukan bahwa anggota karang taruna WADAKARTI sedang membimbing wisatawan untuk membuat roti dan kue dengan benar.

2. Aktivitas

Observasi aktivitas dilakukan ketika pengelolah UMKM pembuat roti dan kue sedang melakukan pembuatan pesanan roti & kue, Khususnya Bapak Abidin. Pengerjaan pesanan roti & kue ini dilakukan pada malam hari di kediaman Bapak Abidin. Proses Pembuatan roti & kue di perlihatkan dari awal hingga akhir.



Gambar 3. 5 Gambar mempersiapkan roti dan kue (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Proses pembuatan roti dan kue ini diawali dengan mempersiapkan bahan baku yang terdiri dari tepung terigu, ragi, air, telur, susu bubuk, mentega, soda

kue, dan lain lain. Selanjutnya untuk membuat adonan roti dan kue masukan bahan bahan tersebut kedalam mesin Bernama Mixer atau orang sana menyebutnya “diselep” dengan memasukan air secara perlahan lahan hingga tesktur adonan yang kalis dan lentur.



Gambar 3. 6 Proses menggiling adonan roti dan kue dengan mixer (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Proses selanjutnya adalah setelah adonan sudah jadi, bagi dan timbang adonan sesuai dengan berat yang di inginkan. Setelah itu, tunggu adonan hingga mengembang selama kurang lebih 1-2 jam tergantung jenis roti yang akan dibuat. Diamkan didalam suhu ruang, ketika adonan sudah mengembang, Langkah selanjutnya adalah memberi rasa atau toping yang diinginkan lalu bentuk dan masukan dalam loyang. Setelah itu diamkan lagi adonan kurang lebih 45 menit hingga 90 menit pada suhu ruang hingga adonan mengembang

lagi



Gambar 3. 7 Proses oven adonan roti dan kue(Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Jika dianggap mengembang secara sempurna, proses selanjutnya adalah meoven adonan. Adonan di oven kurang lebih 5-10 menit hingga tesktur yang diinginkan. Setelah Adonan sudah di oven di amkan pada suhu ruang dan melakukan seleksi pada roti yang baik dan kurang baik. Terakhir roti yang sudah matang dimasukan kedalam kemasan plastic. Sehingga keesokan harinya dapat di jual pada “rombong” atau penadah.

Setelah itu obervasi berikutnya di lakukan untuk mengamati kegiatan aktivitas eduwisata yang telah terlaksana di Kampung Roti Bundelan. Pada saat kunjungan dari MI Nurul Islam Lumajang



Gambar 3. 8 Observasi aktivitas eduwisata Home Industri (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Pada saat kunjungan dari MI Nurul Islam Lumajang dilakukan persiapan 1 hari sebelum kegiatan dengan persiapan berupa mempersiapkan banner dan menyiapkan ruangan di rumah ibu ulfa yang juag merupakan pengelolah UMKM roti dan kue yang ada di Kampung Roti Bundelan. Selanjutnya pada kegiatan berlangsung para anggota karang taruna WADAKARTI memulai dengan penyampaian materi seputar Kampung Roti Bundelan, dilanjutkan dengan mini games dan cara membuat roti dan kue.

3. Tempat

Observasi Tempat dilaksanakan pada area sekitar Kampung Roti Bundelan. Secara keseluruhan, Kampung Roti Bundelan sebagian besar merupakan pengelola UMKM roti dan kue, kemudian dibagian depan setiap rumah terdapat papan nama yang bertuliskan “menerima selep adonan” yang hamper ada di setiap rumah.



Gambar 3. 9 Gambar Observasi Tempat (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Selain itu pada area Desa Banjarwaru terdapat aliran sungai yang tergolong masih jernih dan deras yang nantinya akan digunakan sebagai media untuk kegiatan tobing river.



Gambar 3. 10 Observasi Lokasi Tobing River (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Selain itu pada area tersebut juga ditemukan fasilitas olahraga sepak bola bertaraf nasional di sekitar area Desa Banjarwaru yaitu Sangku Mini Soccer yang digunakan kepada wisatawan untuk melakukan outbound



Gambar 3. 11 Pesona Alam Desa Banjarwaru (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Ditemukan juga suasana pedesaan yang tampak asri dan subur, seperti adanya hamparan sawah yang luas, dan sungai. Akses untuk menuju Kampung

Roti Bundelan tergolong sangat mudah karena jalan akses menuju ke kampung ini sudah beraspal dan tergolong dekat dengan pusat kota kurang lebih 1 km dari pusat Kabupaten Lumajang.

4. Objek

Berdasarkan hasil observasi terdapat bermacam macam perlaatan dan bahan yang digunakan dalam pembuatan roti dan kue. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan roti dan kue disini adalah bahan yang biasa dan banyak pada toko bahan roti dan kue yang ada di pasaran. Perancang menemukan alat yang biasa digunakan untuk meratakan compound pada tembok digunkana untuk membagi dan memotong adonan sama rata.



Gambar 3. 12 Observasi peralatan dan bahan Pengelolah Home Industri (Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Selain itu perancang menemukan rak kayu minimalis yang dibuat dari sebilah bambu yang paku berfungsi untuk menaruh adonan agar berada pada suhu ruang dan loyang yang digunakan sebagai wadah ketika roti di oven.



Gambar 3. 13 *Observasi proses pengembangan roti & kue (Sumber :Dokumentasi Pribadi)*

Perancang juga menemukan mixer atau alat giling atau disebut dengan seleb yang digunakan untuk mengkaliskan adonan roti. Alat ini merupakan rakitan sendiri dari Pak Abidin.



Gambar 3. 14 *Observasi proses menggiling adonan (Sumber :Dokumentasi Pribadi)*

Perancang juga menemukan berbagai macam produk roti yang dihasilkan seperti roti pisang, roti manis mentega, roti kenong, roti bluder, roti keju, roti coklat, dan yang menjadi keunikan dalam Kampung Roti Bundelan merka telah

berinovasi menciptakan resep roti yang dipadukan dengan ciri khas kabupaten lumajang yaitu “gedang agung” pisang agung dan “gedang mas kirana” pisang mas kirana dan tak lupa menjadi ciri khas menu dari Kampung Roti Bundelan Roti Pisang Agung, Strudel Pisang, dan Bluder Pisang. Mereka berharap nantinya akan berinovasi dengan resep resep baru.

1.1.1.3 Data Dokumen

1. Laporan Akhir KKN Universitas Jember (UNEJ) Kelompok 445 Desa Banjarwaru, Kecamatan lumajang, Kabupaten Lumajang

Dokumen ini merupakan buku yang memiliki penjelasan mengenai profil Desa Banjarwaru, dimana dalam dokumen ini terdapat informasi potensi mengembangkan *home industry* kue dan roti Desa. Selain itu juga terdapat informasi pemanfaatan sumber daya alam Desa Banjarwaru yang berupa pemandangan Gunung Semeru serta hamparan sawah yang digunakan oleh masyarakat membuat sebuah kafe ditengah sawah sehingga menarik banyak pengunjung yang datang. Potensi tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen dan masyarakat sekitar sehingga dokumen ini dapat digunakan sebagai sumber informasi yang penting untuk melengkapi data perancangan visual *brand*.



LAPORAN AKHIR

KULIAH KERJA NYATA UNEJ MEMBANGUN DESA (UMD)

KELOMPOK 445

Desa Banjarwaru, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang

Dosen Pembimbing Lapangan:

Drg. Rendra Chriestedy Prasetya MD.Sc

Anggota kelompok : Saskia Azzahra Darmawan (190110301036) Rofi Nur Ariffadia (190810301022)

Imam Shobarudin Rojabisani (191710101010)

Andhika Prima Maulana (192410101027)

Revia Ajeng Renata (191810201008)

Soni Setiawan (190110201084)

Fathorrozi (192410101010)

Fauziah Khoirunisa (190810301113)

Oda Rivana Indera Waspada (192010101022)

Gambar 3. 15 Cover Dokumen Laporan Akhir KKN UNEJ periode 2022 Desa Banjarwaru (Sumber :KKN445 Unej)

2. Media Sosial Instagram

Ada akun media sosial Instagram yang berisi informasi mengenai Kampung Roti Bundelan, Akun sosial media instagram ini juga memuat informasi yang berfokus pada produk kue dan roti yang dihasilkan oleh produsen kue Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru. Tetapi akun intagram media publikasi ini tidak dikeola dengan konsisten disebabkan karena kurangnya sumber daya masyarakat dalam memahami cara menggunakan media sosial instagram sebagai alat memperkenalkan Kampung Roti Bundelan secara menarik di era digital ini.



Gambar 3. 16 Media Sosial Instagram Kampung Roti Bundelan (Sumber :Instagram)

1.1.1.4 Reduksi Data

Data yang telah diterima melalui proses wawancara dan observasi kemudian percangg melakukan reduksi data dan menghasilkan hasil sebagai berikut:

1. Wawancara

- a. Kampung Roti Bundelan telah berdiri sejak tahun 2020
- b. Sebagian besar lahan Desa Banjarwaru merupakan lahan pertanian
- c. Banyak UMKM roti & kue yang terdapat pada Desa Banjarwaru
- d. Latar Belakang berdirinya Kampung Roti Bundelan ini adalah banyak warga Desa Banjarwaru khususnya Dusun Bundelan yang bekerja di salah satu toko roti ternama di Kabupaten Lumajang. Sehingga pada pandemic covid lalu banyak karyawan yang dirumahkan dengan demikian para produsen roti berinisiasi untuk membuka usaha sendiri di rumahnya
- e. Terdapat kurang lebih 8-9 pengelolah UMKM roti & kue yang terdapat pada Dusun Bundelan Desa Banjarwaru
- f. Visi & misi terbentuknya Kampung Rori Bundelan ini adalah menjadi wadah untuk mensejahterakan masyarakat Desa Banjarwaru dan juga berdampak bagi masyarakat Luas

- g. keunikan dari Kampung Roti Bundelan menawarkan berbagai jenis roti yang berbahan dasar pisang seperti roti pisang agung Lumajang, pisang kirana Lumajang, bluder pisang Lumajang dan Strudel Pisang. Selain itu kami kami menyuguhkan *experience* belajar, bermain, dan kulineran
- h. Kurangnya sitem informasi dan pemasaran untuk Kampung Roti Bundelan
- i. Kampung Roti Bundelan kurang dikenal banyak orang.

2. Observasi

- a. Pengelolah UMKM roti dan Kue masih banyak menerima pemesanan roti & kue
- b. Akses jalan yang mudah dijangkau dari pusat Kota
- c. Kurangnya Media Promosi dan Pemasaran
- d. Wisatawan dapat merasakan langsung membuat roti dan mencicipinya langsung
- e. Wisatawan diajak bermain, belajar, serta merasakan langsung
- f. Lingkungan pada Desa Banjarwaru merupakan pedesaan yang masih asri dan subur.

3. Data Dokumen

- a. Pengelola UMKM roti dan kue menerima berbagai macam pesanan produk roti dan kue.
- b. Harga produk yang ditawarkan relatif murah.
- c. Kampung roti bundelan memiliki beragam potensi edukasi dan kuliner yang dapat di kembangkan secara menyeluruh dan berkelanjutan.

1.1.1.5 Penyajian Data

Data yang telah dilakukan reduksi kemudian disajikan dalam bentuk poin-poin dibawah

- a. Kampung Roti Bundelan merupakan wista edukasi yang terletak pada Dusun Bundelan, Desa Banjarwaru, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang. Kampung Roti Bundelan berdiri pada tahun 2021 yang memiliki keunikan yaitu edukasi pembuatan roti dan kue, beragam UMKM pembuat roti & kue, dengan wahana seperti mini game, outbound dan juga tobing river dengan pemandangan alam yang masih subur dan asri.
- b. Pengunjung yang datang ke Kampung Roti Bundelan adalah penada yang mengambil produk dari Kampung Roti Bundelan yang akan akan dijual lagi pada luar kota, sedangkan wisatawan yang berkunjung untuk edukasi cukup jarang dengan taget audience yang ingin di capai seluruh masyarakat Lumajang terutama adalah pelajar.
- c. Media informasi dan pemasaran yang memuat tentang Kampung Roti Bundelan ini cukup terbatas karena pengelolaan media dan sumber daya manusia yang masih kurang.
- d. Adanya dukungan dari pihak pemerintah desa dalam menjadikan Kampung Roti Bundelan menjadi wisata edukasi melalui program BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang nantinya dibantu untuk memperkenalkan wisata tersebut melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Lumjang.

1.1.1.6 Kesimpulan Hasil Data

Kampung Roti Bundelan merupakan wisata edukasi dan kuliner yang terletak di Kabupaten Lumajang. Potensi yang dimiliki oleh Kampung Roti Bundelan ini adalah edukasi pembuatan roti dan kue, Tobing River, dan suasana pedesaan yang masih sejuk dan asri

Ciri Khas dari Kampung Roti Bundelan ini adalah Edukasi cara membuat roti dan kue. Selain itu, Kampung Roti Bundelan memiliki menu khas daerah tersebut yaitu roti dan kue dari olahan pisang seperti roti pisang agung, roti bluder pisang, dan strudel pisang. Target audience yang ingin dicapai saat ini adalah masyarakat Kabupaten Lumajang terutama pelajar. Untuk mencapai target tersebut perlu adanya sistem informasi dan promosi. Media informasi yang disampaikan kurang dikelola dan informasi yang disampaikan tidak konsisten, sehingga perlu adanya solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Selain itu adanya dukungan pemerintah Desa untuk menjadikan Wisata sebagai wisata Edukasi juga menjadi peluang dalam perancangan yang dilakukan oleh perancang untuk nantinya dapat meningkatkan pengelolaan wisata yang ada sehingga dapat menarik target audience yang akan dicapai.

1.1.1.7 Triangulasi Data

Perancangan ini menggunakan triangulasi data sumber untuk mengetahui data yang sesuai yang telah diperoleh dari informan dengan mengecek kembali data tersebut. Triangulasi ini dilaksanakan dengan bertanya tentang informasi yang sama kepada narasumber yang berbeda.

Perancang menggunakan 2 narasumber tambahan selain 1 narasumber utama, Pak Samsul selaku kepala Desa Banjarwaru sebagai Narasumber Utama , Mas Ali Ikhwan selaku Ketua Karang Taruna sekaligus pengelola wisata Edukasi Roti dan Kue Kampung Roti Bundelan dan Bapak Abdin selaku pengusaha UMKM roti & kue Kampung Roti Bundelan sebagai narasumber pendukung.

Tabel 3. 1 *Triangulasi Data*

| No. | Pertanyaan | Narasumber1 | Narasumber2 | Narasumber3 | Interpretasi |
|-----|---|---|--|--|---|
| 1. | Banyak UMKM roti & kue yang terdapat pada Desa Banjarwaru | banyak warga Desa Banjarwaru khususnya Dusun Bundelan yang bekerja di salah satu toko roti ternama di Kabupaten Lumajang. Sehingga pada pandemic covid lalu banyak karyawan yang dirumahkan dengan demikian para produsen roti berinisiasi untuk membuka usaha sendiri di rumahnya. | Kampung Roti Bundelan yang berkembang dan dapat berdaya saing sebagai tempat wisata edukasi dan kuliner. | di bantu oleh perangkat desa untuk membranding dusun bundelan menjadi Desa Wisata Edukasi & Kuliner. | Secara umum banyak UMKM roti & kue yang berkembang pesat di Kampung Roti Bundelan sehingga memudahkan wisatawan dalam mencari oleh-oleh khas Lumajang yang berada di Kampung Roti Bundelan selain itu juga mampu membantu perekonomian Desa Banjarwaru. dengan membranding ini dapat membantu mengembangkan lebih dari sebelumnya sehingga Kampung Roti Bundelan lebih dikenal sampai ke beberapa |

| | | | | | |
|----|-------------------------------------|--|--|---|--|
| 2. | Keunikan dari Kampung Roti Bundelan | menawarkan berbagai jenis yang berbahan dasar pisang seperti roti pisang agung lumjang, pisang kirana Lumajang, bluder pisang Lumajang. Selain itu menyuguhkan <i>experience</i> belajar, bermain, dan kulineran. Jadi bisa menambah wawasan, sekaligus juga mendapatkan keseruan tersendiri | merupakan wadah pembinaan dan pengembangan kreatifitas generasi muda Desa Banjarwaru yang memiliki tujuan untuk menjaga, merawat, serta melestarikan sejarah dan budaya yang ada di Desa Banjarwaru. | pembeli dapat memesan roti dan kue sesuai dengan keinginan tanpa minimal order ,dan dengan harga yang terjangkau. Wisatawana atau pembeli juga bisa merasakan sensasi membuat roti bautan mereka sendiri. | daerah. Dalam menunjang pengembangan Kampung Roti Bundelan dibutuhkan keunikan yang dapat mengundang ataupun menarik wisatawan yang belum pernah ada disuguhkan di daerah lain. |
|----|-------------------------------------|--|--|---|--|

Berdasarkan table diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa data yang telah diperoleh mengandung pola yang sama dan konsisten dari berbagai sumber yang digunakan, maka dapat dikatakan data tersebut merupakan data yang sesuai.

1.1.2 Idetifikasi Masalah (*Define*)

Berdasarkan identifikasi masalah, permasalahan utama yang muncul adalah Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru kurang dikenal banyak orang. Serta upaya Pemerintah Desa dalam memperkenalkan Kampung Roti Bundelan masih kurang.

Kekurangan tersebut menjadi kelemahan dari Kampung Roti Bundelan, sehingga perancang menggunakan hal tersebut untuk memperkenalkan

citra dan jati diri dari Kampung Roti Desa Bundelan Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang maka dibuat sebuah upaya pengenalan visual atau branding visual yang menggambarkan citra dan jati diri dari Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru. Berdasarkan Analisa permasalahan diatas, maka identifikasi masalah dalam perancangan ini membutuh analisis menggunakan metode 5W +1H (*What, Who, Why, When, Where, dan How*). Hasil dari analisis tersebut sebagai berikut:

1. *What* (Apa)

Apa pesan yang akan disampaikan dalam perancangan ini?

Pengalaman yang asik dalam edukasi dan kulineran di Kampung Roti Bundelan dimana berbagai fasilitas telah disediakan demi kenyamanan target *audience* supaya lebih tertarik berkunjung di Kampung Roti Bundelan.

2. *Who* (Siapa)

Siapa target dari Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang ?

Target yang diharapkan dalam perancangan ini adalah merupakan warga Kabupaten Lumajang yang berusia 21 tahun hingga 45 tahun yang sudah memiliki penghasilan. Yang memiliki kesukan mengkonsumsi roti. Target *audience* visual *branding* ini di bagi menjadi beberapa aspek yaitu :

a) Georafis

Pada aspek geografis ini, target *audience* pada perancangan ini merupakan *audience* yang berada langsung di Kabupaten Lumajang.

b) Demografis

Pada aspek demografis, target *audience* berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi dan profesi. Aspek demografis di targetkan untuk perempuan dan laki-laki dengan kelas ekonomi menengah khususnya dalam ranah berbagai instansi.

c) Psikografis

Dalam aspek ini, target *audience* berdasarkan identifikasi karakteristik sikap, gaya hidup, dan perilaku seseorang. Pada aspek ini target *audience* tertuju pada seseorang yang menyukai roti dan kue, influencer makanan, serta seseorang yang ingin bisa dan mampu membuat roti dan kue sendiri terutama yang memiliki usaha di bidang kuliner.

d) Behavioristik

Pada aspek ini, target *audience* dinilai dari penggunaan atau loyalitas terhadap suatu produk Kampung Roti Bundelan. Dalam segmentasi ini target *audience* merupakan seseorang yang gemar dengan kuliner roti dan kue dan selalu ingin menemukan hal baru.

e) Target *Audience* Sekunder

Dalam aspek ini seluruh masyarakat Kabupaten Lumajang dan para wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Lumajang tertarik akan kuliner.

3. *Why* (**Kenapa**)

Kenapa perlu dibuat Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang ?

Memperkenalkan citra dan jati diri dari Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang

4. **When (Kapan)**

Kapan Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang disebarluaskan ?

Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang akan dipublikasikan setelah proses perancangan selesai dan dapat digunakan kapan saja karena berbentuk digital.

5. **Where (Dimana)**

Dimana Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang dilakukan ?

Media digital disampaikan melalui *website* yang dapat diakses di *desktop* dan *mobile phone*.

6. **How (Bagaimana)**

Bagaimana proses pembuatan Perancangan Visual Branding “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang ?

Pada awalnya perancang melakukan pengumpulan data yang terkait “Kampung Roti Bundelan” Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang, lalu perancang menganalisis data untuk mendapatkan suatu permasalahan yang akan diselesaikan yang nantinya berguna menentukan tujuan konsep perancangan, dilanjutkan pada pengembangan ide dan proses perancangan menjadikan hasil akhir yang nantinya diuji untuk mendapatkan hasil yang maksimal

1.1.3 Pemecahan Masalah (*Ideate*)

Pemecahan masalah pada perancangan ini mengutip dari *brand cycle* yang diantaranya merupakan *strategi branding*. Teori dalam strategi *branding* ini mampu digunakan untuk memecahkan masalah yang telah didapati melalui proses analisa 5W+1H.

1.2 Perancangan (*Ideate*)

Dalam perancangan ini metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* pada proses analisis, identifikasi masalah dan pemecahan masalah merupakan fase pada *design thinking* yaitu *empathize*, *define*. Maka selanjutnya adalah fase *ideate*. Dalam bab ini menguraikan tahapan dari *ideate* yang dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian konsep perancangan, dan proses perancangan.

Secara garis besar isi dari fase *ideate* yaitu merancang strategi branding sebagai (konsep perancangan), yang mempertimbangkan *brand promise*, merancang brand image, dan menciptakan rancangan brand image oleh brand *identity* dalam format desain melalui konsep lisan, konsep visual, dan konsep media yang kemudian konsep tersebut akan diterapkan sebagai prototype. Uraian dari setiap tahap dan komponen tersebut akan diuraikan sebagai berikut

1.2.1 Konsep Perancangan

Dalam formulasi konsep perancangan (strategi *branding*) terdapat beberapa fase pada konsep perancangan (strategi *branding*). Fase-fase dalam konsep perancangan (strategi *branding*) yaitu riset, *brand differentiation* atau *brand*

position, brand promise, brand image, dan pemeliharaan. Setelah melakukan riset dan *brand position* tahap selanjutnya adalah melakukan *brand promise* yang akan dilanjutkan dengan fase *brand image* yang dimana akan diwujudkan dengan *Brand image* kedalam *brand identity*.

Brand promise merupakan perancangan janji atau komitmen terhadap publik yang dimana dapat menimbulkan kesan positif terhadap target *audience* (Rustan, 2021). Sedangkan *brand image* adalah kesan atau asosiasi atau nilai-nilai emosional yang dirasakan publik atau target *audience* pada *brand* yang telah dirancang, supaya dapat mengubah pandangan *audience* terhadap *brand* yang di tuju (Rustan, 2021). Kemudian *brand identity* merupakan seperangkat identitas unik yang dirancang untuk menjadikan sebuah *brand* berbeda dengan *brand* yang lainnya sehingga memiliki suatu aspek yang mampu diingat oleh target *audience*.

Pada perancangan ini *brand promise* didapatkan dari data riset yang telah di kumpulkan dan dianalisis menggunakan teori 5W+1H pada sub bab sebelumnya. *Brand promise* ini yang akan dijadikan acuan dalam menentukan *brand image* Kampung Roti Bundelan. Dari *brand image* yang telah dibuat dapat menciptakan kesan yang menggambarkan nilai-nilai positif Kampung Roti Bundelan. Setelah menetapkan *brand image* akan diaplikasikan pada komponen identitas dalam bentuk *brand identity*. Uraian dalam setiap alur akan dijelaskan sebagai berikut :

1.2.1.1 Brand Promise

Menurut analisis 5W+1H dapat disimpulkan bahwa *brand promise* atau komitmen dari Kampung Roti Bundelan ingin menyampaikan kepada target *audience* yang dituju adalah “Pengalaman asyik bermain dan kuliner di Kampung Roti Bundelan”.

1.2.1.2 Brand Image

Brand image menurut *brand promise* merupakan penyampaian pada sub bab sebelumnya. Rancangan yang telah dibuat adalah perancangan yang edukatif, nyaman, bersih, dan aman.

1.2.1.3 Brand Identity

Konsep perancangan adalah segala sesuatu yang menjadi dasar pertimbangan dalam perancangan karya menjadi landasan untuk mencapai solusi terbaik perancangan. Pada konsep perancangan ini terdiri dari tiga konsep yaitu :

a. Konsep Verbal

Konsep pesan verbal disini adalah untuk mendukung pesan visual yang telah disampaikan. Dengan bertujuan untuk memperkenalkan *branding* dan media promosi kepada masyarakat.

Pesan verbal yang disampaikan dalam perancangan visual *branding* dari Kampung Roti Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang berisikan penggambaran tentang potensi Kampung Roti Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang

b. Konsep Visual

Agar pesan iklan dalam branding Kampung Roti Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang tersampaikan dengan baik, maka dibuatkan desain visual sebagai pendekatan kepada khalayak. Desain visual tersebut merupakan elemen visual sebagai *brand identity* dari Kampung Roti Kabupaten Lumajang. Penunjang konsep visual dan atribut yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1) Konsep Elemen Grafis

Pada konsep elemen grafis ini memiliki perancangan visual *branding* yang menggunakan 2 jenis, yaitu ilustrasi bidang dan foto. Menentukan elemen grafis memiliki tujuan memberi kesan visual yang dapat diterima target *audience* sesuai dengan *brand image*.

a) Ilustrasi Bidang

Ilustrasi grafis bidang merupakan perancangan penggunaan bidang dengan karakter minimalis, elegan, ramah, dan profesional.

b) Fotografi

Elemen grafis fotografi ini digunakan dalam perancangan visual *branding* dengan menggunakan teknik pengambilan fotografi *journalism*. Fotografi *journalism* merupakan teknik pengambilan foto yang merekam suatu kegiatan, peristiwa dan kondisi.

c) Layout

Layout yang digunakan visual *branding* kampung Roti Bundelan menggunakan *grid* dengan jenis *grid* atau *compound grid*.

d) Typography

Berdasarkan konsep typografi yang digunakan dalam perancangan visual *brand* yaitu menggunakan *primary Typography*.

e) Warna

Konsep warna yang digunakan dalam perancangan visual *branding* merupakan warna dominan hangat dengan menggunakan turunan warna coklat agar menciptakan kesan menyenangkan sehingga mampu menarik *audience* datang.

c. Konsep Media

Konsep media yang digunakan dalam perancangan visual *branding* Kampung Roti Bundelan berupa media yang telah disesuaikan dengan sasaran yang dituju, Agar pesan yang disampaikan dapat dipublikasikan yang tepat sasaran. Terdapat dua media yang digunakan dalam perancangan ini yaitu media utama berupa desain *user interface website* sebagai sistem informasi Kampung Roti Bundelan , dan media pendukung berupa , *Stationery Set*, Seragam Kemeja, Kaos, Apron, Desain Kemasan, *Billboard*, Poster, Flayer, dan *sign system*.

1.2.2 Proses Perancangan

Pada sub bab ini menjelaskan tentang uraian proses perancangan dengan mewujudkan brand image dengan pendekatan desain dengan 3 proses yaitu strategi, visualisasi, dan produksi.

1.2.2.1 Strategi

Tahapan yang pertama adalah membuat strategi yang digunakan untuk merencanakan brand identity atau logo

a. Menentukan Nama

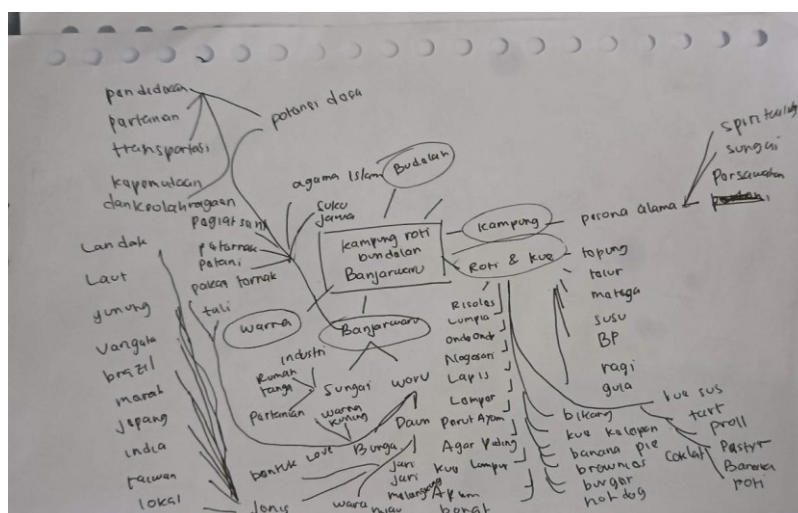
Proses yang pertama adalah menentukan nama dari objek perancangan dimana Nama yang digunakan adalah “Kampung Roti Budelan” nama ini diambil menggunakan nama wilayah atau asal perusahaan yaitu Dusun Bundelan.

b. Menentukan Tagline

Tagline yang dirancang dalam perancangan menggunakan jenis tagline literal atau deskriptif yaitu “*Fun Learning and Culinary*”. Tagline tersebut dibagi menjadi atas 4 kata, yaitu “Fun”, “Learning”, “and”, dan “Culinary”. Keempat kata ini diambil dari suasana hati para audiens yang bergembira ketika belajar dan kulineran. Sedangkan Learning and Culinary merupakan sebuah karakteristik dan potensi yang dimiliki oleh Kampung Roti Bundelan untuk selalu memberikan pelayanan berupa kegiatan belajar dan kulineran.

c. Membuat *Mind Map* (*Brainstorming*)

Untuk menentukan objek yang akan disosialisasikan maka perlu dilakukan proses *brainstorming* untuk menemukan kata kunci yang akan digunakan untuk sketsa logo.



Gambar 3. 17 Proses Brainstorming (Sumber: dokumentasi pribadi)

Hasil dari proses *brainstorming* maka ditemukan kata kunci utama yaitu: huruf B, dan Gandum.

d. Mencari Referensi Visual

Untuk membuat elemen logo agar mendapatkan pembandingan atau menghasilkan karya yang relevan maka perlu dilakukan pencarian referensi visual. Perancang menggunakan platform behance, dan pinterest sebagai alat mencari referensi.



Gambar 3. 18 Hasil mood board brainstorming reference (Sumber: Dokumentasi pribadi)

e. Menentukan Anatomi Logo

Untuk membantu dalam penyusunan identitas Kampung Roti Bundelan karenanya dibutuhkan penentuan anatomi logo. Anatomi logo yang digunakan untuk mewujudkan identitas Kampung Roti Bundelan terdiri dari logo *type* atau tulisan dan logogram berupa ikon.

f. Menentukan Klasifikasi Logo

Klasifikasi logo yang diperlukan untuk membentuk logo agar dapat mengarahkan persepsi visual dari sasaran *audiences* maka klasifikasi yang diharapkan adalah dapat mempresentasikan nama, keunikan serta citra dari Kampung Roti Bundelan.

g. Menentukan Kriteria Logo

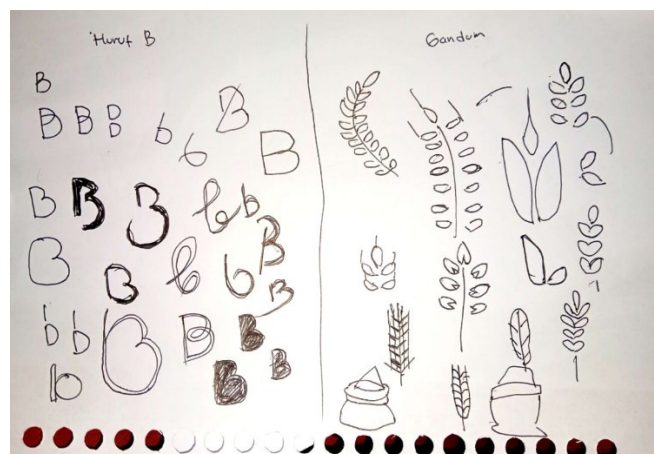
Kriteria logo yang akan dirancang yaitu unik, *legible*, simple, dapat mempresentasikan citra diri Kampung Roti Bundelan, dan *Timeless* (Bertahan Lama)

1.2.2.2 Visualisasi

Tahap kedua yaitu visualisasi untuk mewujudkan rencana dalam tahap strategi. Aktivitas yang dilakukan yaitu :

a. Melakukan *Doodling*

Tahap doodling ini diawali dengan menggambar sketsa dari akar dari logo yang bertujuan untuk menggali inspirasi serta mempermudah pengerjaan perancangan.

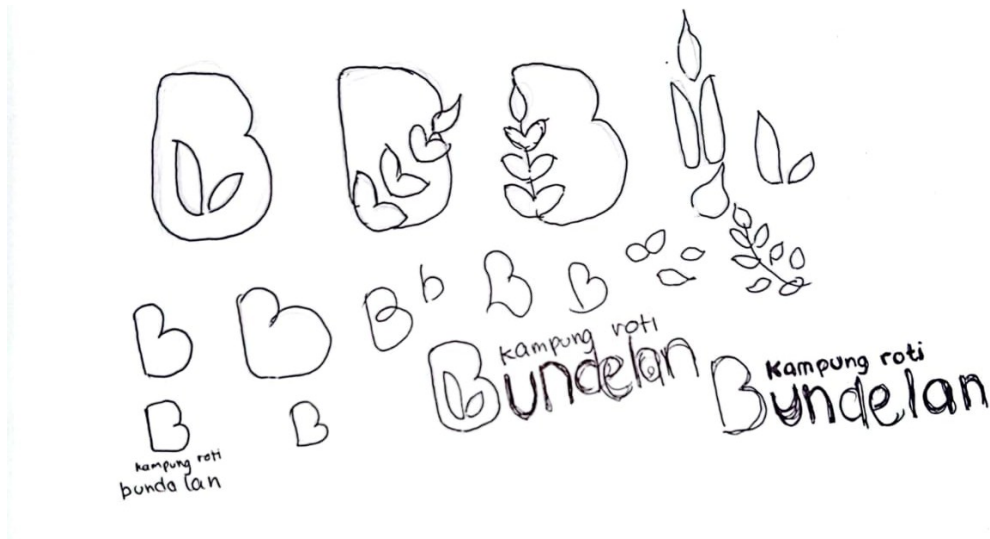


Gambar 3. 19 Proses Doodling (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Membuat Alternatif Logo

Membuat pilihan logo adalah salah satu metode untuk mendapatkan solusi desain logo yang terbaik. Dalam perancangan ini desain logo terbaik sebagai logo utama akan di digitalkan menggunakan *software* desain. . Dalam perancangan ini terdapat 3 alternatif logo yang dihasilkan yang

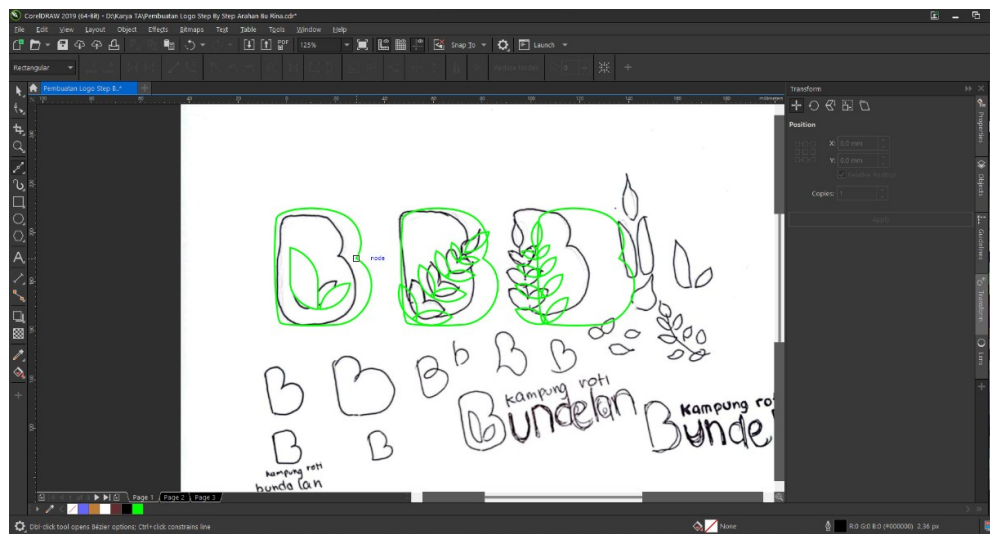
nantinya akan di pilih 1 yang akan menjadi logo utama dan dilakukan digitalisasi menggunakan software desain corel draw 2019.



Gambar 3. 20 Membuat Sketsa Alternatif Logo (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Membuat Logo Digital

Dari pilihan logo yang telah dibuat dalam alternatif logo sebelumnya maka dilanjutkan dengan proses digitalisasi ke dalam komputer dengan menggunakan software desain berbasis vektor pada perancangan ini digitalisasi menggunakan software corel draw 2019

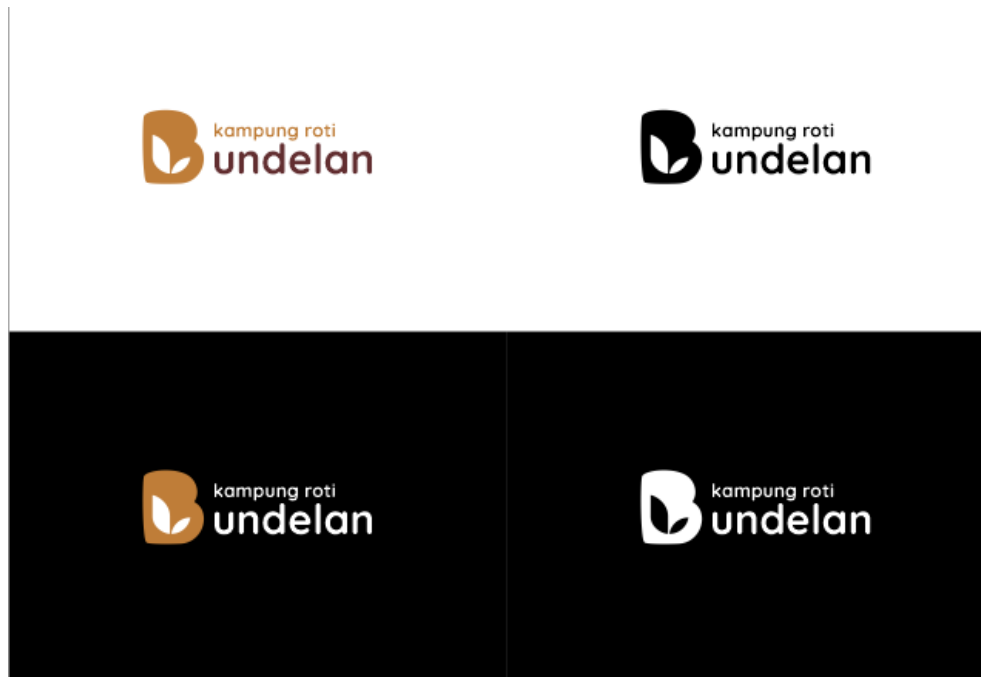


Gambar 3. 21 Digitalisasi Logo (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses pemindahan sketsa logo ke komputer melalui digitalisasi logo menggunakan aplikasi desain berbasis vector yaitu corel draw 2019.



Gambar 3. 22 Hasil 3 Alternatif Logo (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. 23 Hasil Digitalisasi Logo Terpilih (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Menentukan Sistem *Typography*

Untuk menentukan system tipografi Kampung Roti Bundelan yang nantinya akan digunakan pada seluruh media yang bertujuan untuk menjaga kesatuan media melalui visual yang konsisten. Sistem yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan tipografi primer agar konsisten dalam penerapannya.

Quicksans - Semi Bold

Aa

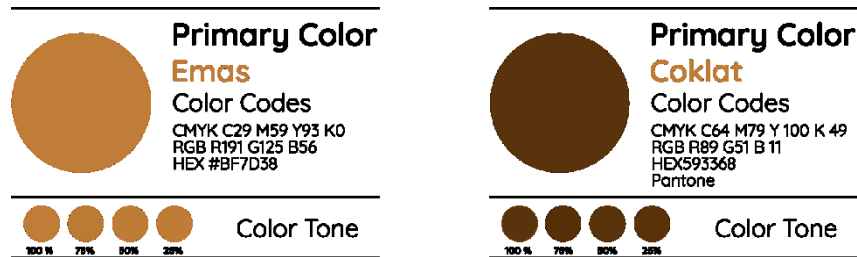
ABCDEFGHIJKLMN OPQRST
UVWXYZ

abcdefghijklmnopqrst
uvwxyz

Gambar 3. 24 Sistem Typografi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

e. Menentukan Sistem Warna Brand

Untuk menentukan sistem warna Kampung Roti Bundelan yang nantinya akan digunakan pada seluruh media yang bertujuan untuk menjaga kesatuan media melalui visual yang konsisten.



Gambar 3. 25 Sistem Warna Brand (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam pemilihan warna diambil dari tingkat konsistensi kematangan produk roti yang menjadi. Produk utama yang akan ditawarkan untuk para konsumen.

f. Menentukan Elemen Grafis Pendukung

Untuk mendapatkan kesan visual dari perancangan visual Kampung Roti Bundelan maka diperlukan elemen grafis pendukung untuk menciptakan kesan visual dengan *brand image* yang telah ditentukan.



Gambar 3. 26 Elemen Grafis Pendukung (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil elemen grafis pendukung yang sudah dirancang terdiri menjadi 2 ragam variasi. Variasi ini diambil dari elemen logo yang terdapat dalam logo gram.

Dua variasi elemen grafis pendukung ini memiliki filosofi berbeda. Dalam penggunaannya elemen grafis ini dapat digunakan untuk dua ragam warna mengikuti panduan warna *brand* yaitu satu warna (Coklat / Emas) dan dua warna (Coklat - Emas).

B. Elemen Grafis 1

Elemen grafis yang pertama merupakan penggambaran orang yang sedang berinteraksi dalam hubungan timbal balik memberi dan menerima antara pedagang dengan konsumen. Dalam hal ini elemen grafis 1 juga memiliki arti kolaborasi antara pengolah roti, konsumen, warga setempat, dan pemerintah Desa Banjarwaru untuk memperbaiki kondisi perekonomian warga setempat dan menciptakan keamanan bagi konsumen.

Elemen Grafis 1



Gambar 3. 27 Elemen Grafis 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Elemen Grafis 1



Gambar 3. 28 Elemen Grafis 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. 29 Elemen Grafis 1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

C. Elemen Grafis 2

Sedangkan dalam elemen grafis dua ini terinspirasi dari kurva angka kenaikan untuk melambungkan percepatan ekonomi yang berdampak pada masyarakat setempat. Selain itu, juga memiliki arti Kampung Roti bundelan akan terus mengembangkan diri untuk lebih baik lagi dalam melayani konsumen.

Elemen Grafis 2



Gambar 3. 30 Elemen Grafis 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Elemen Grafis 2



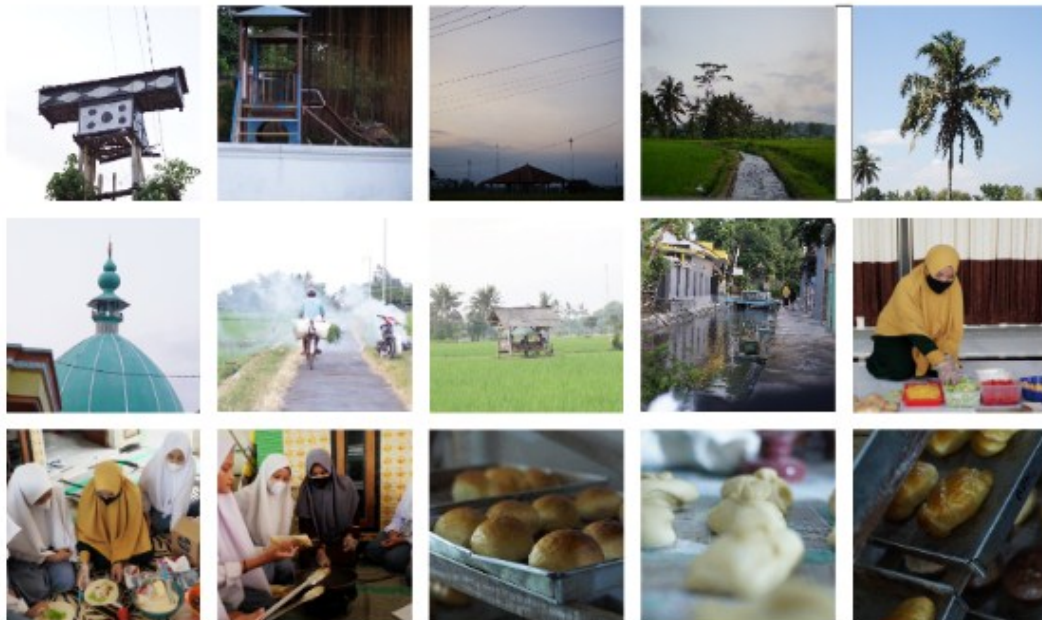
Gambar 3. 31 Elemen Grafis 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. 32 Elemen Grafis 2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

g. Menentukan Elemen Fotografi

Elemen grafis fotografi digunakan sebagai media menyampaikan pesan dan informasi visual. Sehingga informasi yang akan disampaikan lebih memudahkan *audience* dalam menerima berbagai informasi. Foto yang diambil perancang merupakan kegiatan yang ada di Kampung Roti Bundelan. Foto diambil menggunakan kamera digital *Sony A-6000* dengan lensa *Meike 35mm 2.4f*.



Gambar 3. 33 Elemen Fotografi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. 34 Elemen Fotografi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.2.2.3 Produksi

Tahap produksi ini merupakan tahap yang dimana aspek identitas yang telah diciptakan dalam proses visualisasi di implementasikan ke media-media yang digunakan. Berikut yakni penguraian proses perancangan media utama untuk visual *branding* Kampung Roti Bundelan.

a. Perancangan Media Utama

Media utama *website* dipilih karena *website* mampu menampung segala informasi serta konfirmasi mengenai Kampung Roti Bundelan sebagai wisata edukasi dan kuliner dalam satu platform media induk, sehingga *website* cocok sebagai media utama dalam visual *branding* ini. *Website* merupakan media yang terdiri dari beberapa halaman yang saling berkaitan, *website* juga bersifat *multiplatform* yang memiliki arti dapat dibuka dari segala perangkat yang terhubung dengan jaringan internet (Siregar & Handoko, 2021).

Pada Era *Gen-Z* saat ini masyarakat menggali informasi merujuk pada apa yang telah tersedia di internet, internet menjadi sumber penting bagi manusia karena, internet menyediakan informasi umum dan juga menjadi salah satu sarana berkomunikasi (Deursen, 2022), dan *website* merupakan media internet yang

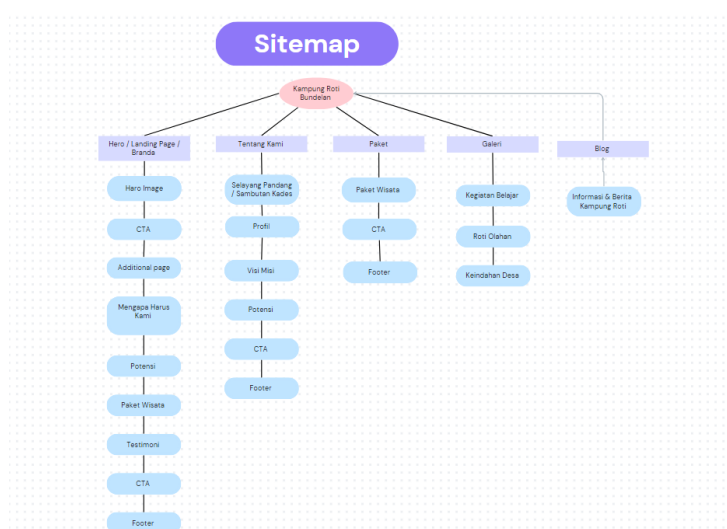
sangat populer dikalangan masyarakat saat ini (Nur, 2021), sehingga dengan dibuatnya *website* mampu membuktikan kecakapan dan integritas dari Kampung Roti Bundelan sebagai wisata edukasi dan kuliner, dalam perancangan ini nama domain untuk rancangan *prototype website* adalah “www.kampungrotibundelanlmj.com” nama domain ini dipilih karena nama *website* ini mudah diingat dan langsung merujuk dari nama *brand* Kampung Roti Bundelan Desa Banjarwaru Kabupaten Lumajang, sehingga nama domain tersebut mampu mewakili *brand image*. Proses perancangan *website* ini dibagi menjadi 5 tahapan yaitu, berikut penjelasannya :

1) Information Architecture (IA)

Information Architecture (IA) digunakan untuk menstruktur konten melalui cara yang mudah dipahami dan dimengerti *audience*.

2) Sitemaps

Kemudian setelah data dari IA telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah membuat *sitemaps*. *Sitemaps* merupakan diagram struktur hubungan antar konten dan halaman dari IA yang telah dirancang.

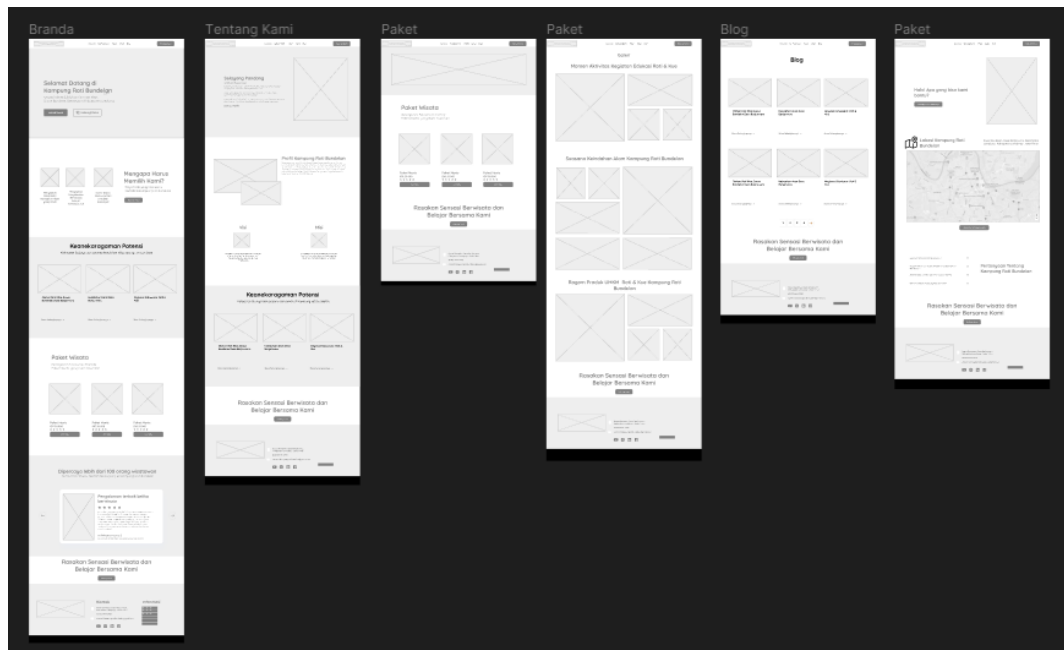


Gambar 3. 35 Sitemaps Website (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Untuk memudahkan proses perancangan *sitemaps*, perancang menggunakan aplikasi Canva dengan memilih informasi-informasi yang diperlukan *audience*.

3) Wireframe (low-fidelity)

Wireframe low-fidelity yaitu sketsa kasar *layout* halaman pada *website*, dengan tujuan untuk memberi visualisasi keseluruhan posisi teks, gambar, semua informasi yang ditampilkan di halaman *website*, supaya pengguna lebih mudah dan nyaman dalam menggunakan atau berinteraksi dengan *website*.

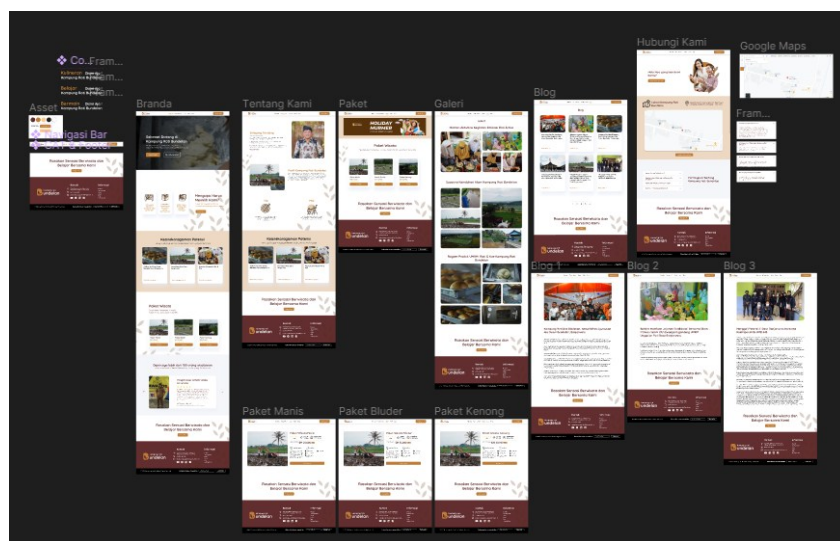


Gambar 3. 36 *Wireframe (low-fidelity)* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses pembuatan *wireframe* menggunakan platform aplikasi berbasis *cloud* dan alat *prototyping* untuk project digital Figma.

4) *Wireframe (high-fidelity)*

Wireframe High-fidelity merupakan *wireframe* yang memiliki detail paling baik. Tipe *layout* ini didisain dengan *layout pixel-specific*.

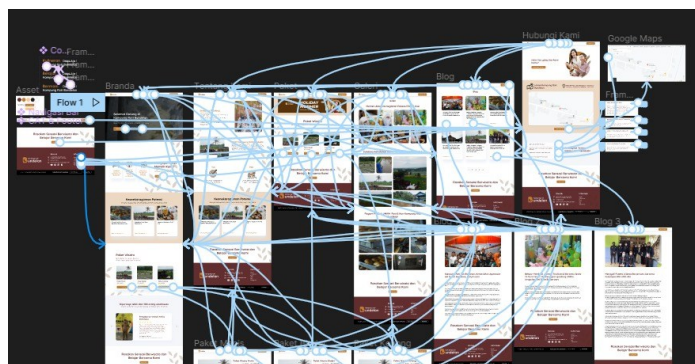


Gambar 3. 37 *Wireframe (high-fidelity)* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

5) *Prototyping*

Prototype dalam bahasa Indonesia disebut juga purwa rupa. Prototype merupakan bentuk draf dari produk yang dapat divisualisasikan kepada user ataupun *client*, agar mereka dapat merasakan dan mengeksplorisasikan konsep fitur dari produk yang dibuat oleh perancang.

Berbeda dengan *wireframe* dan *mockup*, prototype memiliki bentuk simulasi yang dapat di respon dan membuat *audience* merasakan secara langsung dalam menggunakan produk yang telah di rancang.



Gambar 3.37 *prototyping* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.3 Rancangan Pengujian

Tahapan ini dilakukan setelah tahap *prototype* selesai dilakukan. Tahapan pengujian ini merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki solusi penyelesaian masalah di tahap sebelumnya untuk menjadi lebih baik sesuai dengan kebutuhan. Dalam tahapan ini perancang membuat kuesioner berbasis online menggunakan google form mengenai yang dirancang. Fokus pengujian dilakukan kepada target audience dan pihak internal sebagai responden. Aspek yang dinilai dalam perancangan ini merupakan kesesuaian identitas dan penerapan media media yang telah dirancang.

Pada perancangan ini menggunakan linkert scale dimana dalam pengujian rancangan ini responden memilih jawaban dari pertanyaan yang telah disediakan, dengan disesuaikan dengan pengalaman dan keadaan mereka masing-masing. Terdapat empat skala penilaian yang digunakan dalam pengujian ini, yaitu Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Target audiens dari kuisoner uji coba dalam perancangan ini adalah target audiens utama yaitu warga masyarakat Kabupaten Lumajang pada usia produktif.

Setelah feedback didapatkan maka akan dilakukan persentase guna mengetahui jumlah feedback yang di dapat. Pada presentase ini maka digunakn rumus sebagai berikut untuk mengukur besaran persentase.

$$\text{Rumus Indeks(\%)} = \text{Total Skor/ Y} \times 100$$

Dengan demikian dapat ditentukan menjadi 5 kriteria penilaian yaitu 0% - 19,99% sangat kurang baik, 20%-39,99% kurang baik, 40%-59,99% cukup baik, 60%-79,99% baik dan 80%-100% sangat baik