

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha dasar bagi seluruh masyarakat Indonesia yang seperti namanya yaitu usaha dengan skala kecil, namun UMKM ini berperan penting bagi jalannya kegiatan ekonomi di Indonesia. Adanya berbagai usaha kecil yang dilakukan oleh seluruh masyarakat pasti memiliki dampak positif bagi Indonesia serta mampu meningkatkan potensi bagi tiap usaha kecil lainnya. Di Indonesia terdapat berbagai bidang usaha salah satunya adalah agrikultur yang meliputi usaha bercocok tanam sayuran, buah-buahan dan usaha mengelola binatang dari mulai hewan unggas, hewan ruminansia dan berbagai jenis ikan. Hal tersebut dikemukakan oleh Menteri Pariwisata, bahwa bangkitnya perekonomian nasional adalah bangkitnya UMKM, serta bangkitnya perempuan Indonesia yang berdaya khususnya pada bidang ekonomi sebagai pelaku usaha UMKM, karena memiliki peranan sangat penting bagi ketahanan ekonomi keluarga juga bagi negara (Safitri, 2021) jadi bisa dibilang bahwa UMKM adalah aspek penting ekonomi di Indonesia.

Di berbagai sudut kota Yogyakarta sebenarnya terdapat banyak potensi ekonomi dari UMKM yang mampu dapat dijadikan penghasilan tambahan bagi para warganya. Berdasarkan data BAPPEDA DIY pada golongan Kelompok Sumber Daya Sosial Pertanian, di wilayah Yogyakarta terdapat kumpulan petani/peternak/pekebun atau yang biasa disebut dengan Kelompok Tani pada tahun 2021 berjumlah hingga 9.432,00. (BAPPEDA, 2021) Hal ini menunjukkan bahwa ada banyak sekali UMKM sebagai salah satu penopang jalannya ekonomi di Yogyakarta hingga dapat menyerap banyak pekerjaan bagi masyarakat. Dengan begitu berbagai masalah ekonomi seperti pengangguran dapat dikurangi, akan tetapi dalam menjalankan usaha tersebut terdapat

berbagai rintangan dari mulai kurangnya tenaga kerja yang mumpuni, modal usaha yang sedikit, model bisnis kurang bagus, tidak punya logo usaha, kurangnya identitas usaha, promosi yang kurang dan berbagai masalah lainnya. Memang dalam menjalankan usaha tidak harus sempurna dulu baru jalan dan baiknya langsung *take action* dengan perencanaan lalu diperbaiki sembari menjalankan usaha, akan tetapi ada satu hal penting yang memudahkan jalannya usaha yaitu identitas visual dalam usaha atau bisa disebut *visual identity*.

Identitas visual menjadi penting dalam jalannya usaha karena memudahkan untuk melakukan manuver bisnis terutama dalam segi promosi dan publikasi baik dari media *online* maupun *offline*, selain itu juga dapat menjadi ciri khas usaha tersebut karena adanya elemen logo, warna, dan media desain yang menjadikan faktor identitas visual terbentuk, lalu dengan adanya faktor-faktor tersebut sebuah usaha menjadi mudah di ingat. Hubungannya identitas visual dengan promosi akan membantu usaha diketahui dari mulai tiap individu hingga kelompok di masyarakat, sehingga menjadi lebih dikenal oleh masyarakat secara perlahan dan menjadi lebih luas jangkauannya.

Di kampung Bausasran, Yogyakarta terdapat berbagai kelompok tani yang melakukan kegiatan *urban farming* di daerah perkotaan yang umumnya memiliki lahan sempit. Salah satunya Kelompok Tani (KT) Gemah Ripah yang telah berdiri sejak 4 Agustus 2009 dengan jumlah anggota sebanyak 20 orang, hingga saat ini anggota tersebut masih aktif dan bekerja sesuai dengan keahlian masing-masing. Adapun alasan berdirinya KT Gemah Ripah ini adalah kesamaan hobi yang dimiliki para anggota terutama dibidang pertanian, antara Bapak dan Ibu di wilayah Bausasran RW 09 mereka menyukai kegiatan tersebut sehingga bisa bertahan hingga sekarang. Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya usia KT Gemah Ripah mengalami perkembangan, yaitu mengembangkan berbagai program kerja, baik yang berasal dari kelompok tani sendiri maupun program yang bekerja sama dengan berbagai mahasiswa,

pemerintah kota seperti Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, Dinas Pertanian DIY, hingga Badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan (BKPP) DIY. Kegiatan tersebut yaitu pengembangan kampung sayur menjadi pertanian yang terpadu, penyuluhan pertanian, dan kegiatan pendistribusian pangan dengan masyarakat. Kemudian yang paling berkesan bagi saya yaitu KT Gemah Ripah sudah menjuarai berbagai kegiatan lomba dalam bidang pertanian antar desa maupun kota. Lalu dalam dunia *online*, KT Gemah Ripah ini sudah diliput oleh media ternama dari Pemerintah Kota Yogyakarta dan youtuber Cap Capung dengan *subscriber* 1,3jt lebih, selain itu juga KT Gemah Ripah ini pernah dikunjungi oleh Menteri Pertanian Syahrul Yasin Limpo dalam acara kunjungan ke Bausasran dan Kampung Sayur.



*Gambar 1. 1 Kunjungan dan penghargaan dari Menteri Pertanian
Sumber: Dokumen KT Gemah Ripah*

Dengan adanya publikasi tersebut KT Gemah Ripah ini belum memaksimalkan potensi sosial media yang nantinya dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas dan menjadi contoh menjalankan *urban farming* terutama dalam daerah tengah kota yang sempit, hal tersebut dapat dimulai dengan memberikan sebuah identitas visual untuk meningkatkan reputasi KT Gemah Ripah terutama melalui media *online* maupun *offline*. KT Gemah

Ripah Bausasran, merupakan organisasi masyarakat yang terdapat di Danurejan, Yogyakarta. Organisasi ini memiliki kegiatan *urban farming* dimana mereka bercocok tanam di tengah lahan perkotaan menggunakan alat sederhana tanpa harus menggunakan lahan luas seperti sawah. Sasaran target pertama dari KT Gemah Ripah ini adalah Bapak dan Ibu masyarakat yang berada di Bausasran, yaitu mereka yang bekerja sebagai ibu rumah tangga dan untuk bapak-bapak yang bekerja sebagai petani. Kemudian para mahasiswa yang berasal dari dalam maupun luar kota yang berkunjung untuk belajar dan membantu kegiatan bertani dan berwirausaha UMKM di KT Gemah Ripah, kemudian terakhir yaitu para pengunjung ataupun wisatawan dari berbagai kalangan, berdasarkan data kelompok arisan ibu-ibu yang ingin belajar praktik bertani ke KT Gemah Ripah. Dalam kegiatannya KT Gemah Ripah memiliki tujuan untuk memakmurkan kampung yaitu mandiri menghidupi pada sektor makanan melalui *urban farming* dan ternak ikan lele. Dengan hal tersebut masyarakat mampu beradaptasi dari permasalahan sempitnya lahan dan kekurangan bahan makanan, lalu masalah selanjutnya adalah pada identitas visual yang kurang aplikatif sehingga perlu perancangan ulang berupa pembuatan identitas visual untuk KT Gemah Ripah. Adapun perancangan tersebut meliputi logo, dan berbagai desain promosi serta merchandise. Tujuan dasarnya melakukan perancangan ini adalah memperbaiki desain logo sebagai identitas visual lalu dilanjutkan dengan elemen penting lainnya berupa warna, grafis, dan aplikasi desain, dengan gabungan berbagai elemen tersebut perancangan ini diharapkan menjadi identitas visual dan menjadi ciri khas bagi KT Gemah Ripah untuk kedepannya. Keunikan konten yang dirancang penulis, yaitu lebih aplikatif dari logo sebelumnya, sehingga logo yang baru bisa diterapkan pada berbagai media untuk keperluan desain, promosi, dan estetika visual, harapannya nanti konten tentunya memiliki efek positif bagi KT Gemah Ripah karena dapat meningkatkan reputasi kedepannya.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka bisa disimpulkan rumusan masalahnya adalah bagaimana perancangan identitas visual bagi Kelompok Tani Gemah Ripah?

1.3 Tujuan

Melakukan perancangan identitas visual pada Kelompok Tani Gemah Ripah guna meningkatkan reputasi dan citra organisasi, sehingga dengan begitu UMKM mampu berkembang menjadi lebih baik dan *sustainable*.

1.4 Manfaat untuk keperluan praktis dan keperluan akademis

1.4.1 Manfaat Praktis

Karya perancangan ini dapat dijadikan wawasan maupun penulisan seputar identitas visual untuk para pelaku UMKM.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada perancangan ini yaitu sebagai ilmu pengetahuan bagi peneliti seputar desain komunikasi visual, identitas visual dan *branding identity*.

