

**PERANCANGAN TUGAS AKHIR**  
***VISUAL BRANDING* PERTANIAN KOPI ORGANIK**  
**KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM**  
**WONOSALAM JOMBANG**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2023**

**PERANCANGAN TUGAS AKHIR**  
***VISUAL BRANDING* PERTANIAN KOPI ORGANIK**  
**KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM**  
**WONOSALAM JOMBANG**



Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2023

Tugas Akhir Penciptaan / Perancangan berjudul:

**PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* PERTANIAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG** diajukan oleh Atsil Naufal Ramadhana, NIM 1710257124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 5 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

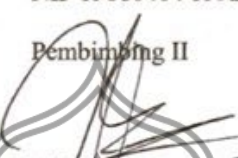
Pembimbing I



Dr. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.

NIP 19660404 199203 1 002/NIDN 0001046616


Pembimbing II



FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn.

NIP 19250710 200501 1 001/NIDN 0010077504

*Cognate*



Hesti Rahayu, S.Sn., M.A.

NIP 19740730 199802 2 001/NIDN 0030077401


Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002/NIDN 0003018706

Ketua Jurusan/Ketua



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP 19770315 200212 1 005/NIDN 0015037702



Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

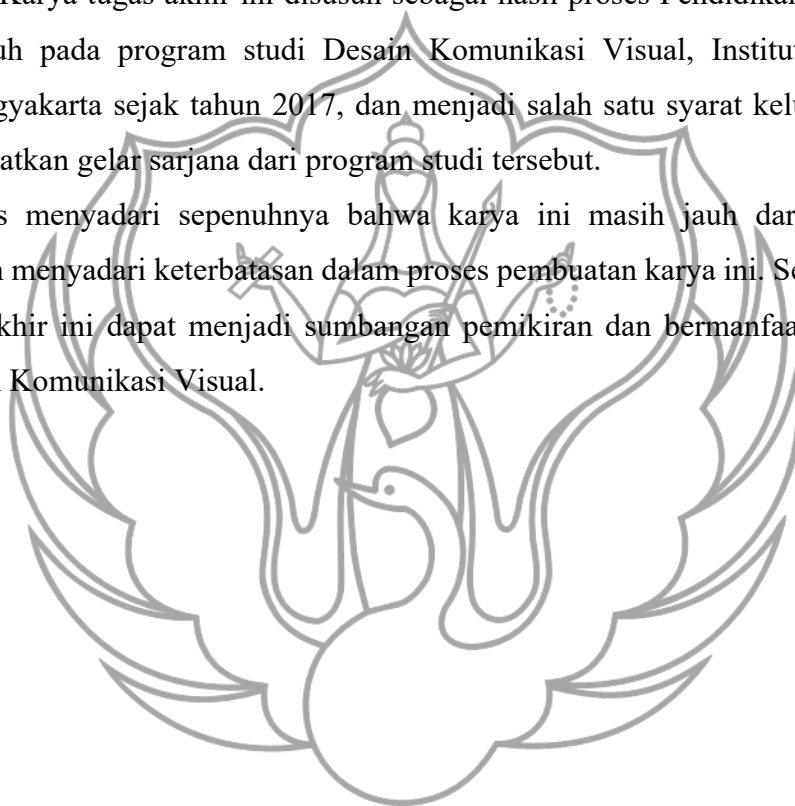


Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.  
NIP 19691108 199303 1 001/NIDN 0008116906

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas ridhanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN TUGAS AKHIR *VISUAL BRANDING* PERTANIAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG**. Karya tugas akhir ini disusun sebagai hasil proses Pendidikan yang penulis tempuh pada program studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2017, dan menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana dari program studi tersebut.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, dan menyadari keterbatasan dalam proses pembuatan karya ini. Semoga karya tugas akhir ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi bidang Desain Komunikasi Visual.



## UCAPAN TERIMA KASIH

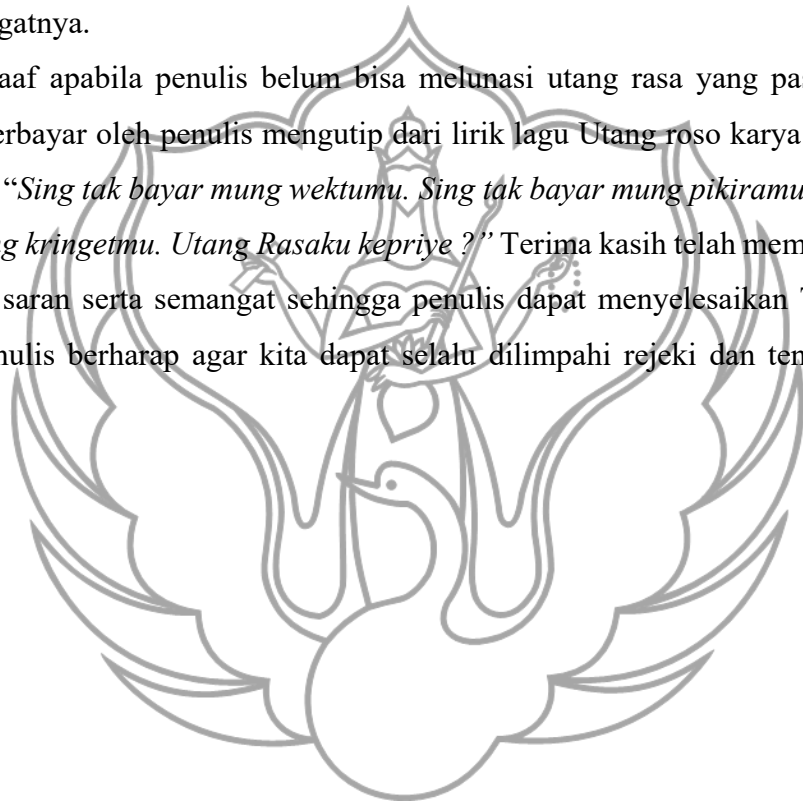
Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas ridhanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis juga mendapat pertolongan dari beberapa pihak dalam proses penyusunan karya perancangan ini. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dari dalam hati kepada pihak-pihak yang dengan ikhlasnya bersedia bertukar pikiran dan tidak membiarkan penulis berjalan sendiri dalam proses ini, diantaranya adalah:

1. Keluarga di rumah, Bapak, Ibu, dan Adik saya, untuk bertukar pikiran, dan membantu menjadi penyemangat saya dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini. Terima kasih yang mendalam atas doa, serta dukungan kalian sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
2. Selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
3. Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.,
4. Selaku Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
5. Selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Daru Tunggul Aji, SS., M.A.
6. Selaku dosen pembimbing Dr. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn., Terima kasih atas bimbingan, saran, bantuan, dan wawasan yang diberikan selama Tugas Akhir ini.
7. Selaku dosen pembimbing, FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn., Terima kasih atas bimbingan, saran, bantuan, memberi wawasan yang diberikan selama Tugas Akhir ini.
8. Segenap Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya dan pengalaman selama saya menuntut ilmu di kampus ini.
9. Segenap Karyawan di Program Studi DKV ISI Yogyakarta.

10. Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberi segala bantuan dalam memperlancar penyelesaian Tugas Akhir ini.
11. Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum, kepada Ketua Bapak Suparno, Bapak Wito dan Bapak Satria beserta semua anggota kelompok tani atas waktu dan tenaga dan telah mengizinkan peneliti untuk mendukung perancangan Tugas Akhir ini.
12. Kepada teman-teman angkatan DKV 2017 Sardula dan Sahabat Edi yang tidak dapat disebut satu-persatu, terima kasih banyak telah berbagi dan mendukung penulis dalam belajar dan berproses, terima kasih atas semangatnya.

Mohon maaf apabila penulis belum bisa melunasi utang rasa yang pastinya belum tentu terbayar oleh penulis mengutip dari lirik lagu Utang roso karya Agus Hadi Sudjiwo “*Sing tak bayar mung wektumu. Sing tak bayar mung pikiramu. Sing tak bayar mung kringetmu. Utang Rasaku kepriye ?*” Terima kasih telah membantu dan memberi saran serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis berharap agar kita dapat selalu dilimpahi rejeki dan tentunya Kesehatan.



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

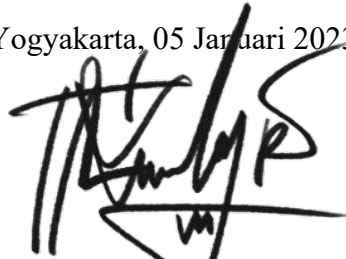
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atsil Naufal Ramadhana  
NIM : 1710257124  
Fakultas : Seni Rupa  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan sesungguhnya bahwa Karya Tugas Akhir berjudul: **PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* PERTANIAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil perancangan, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini.

Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 05 Januari 2023



Atsil Naufal Ramadhana  
NIM 1710257124

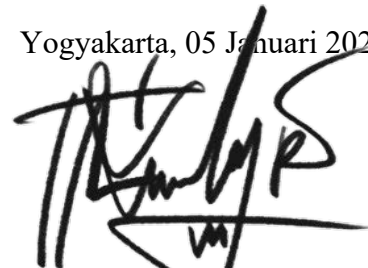
## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atsil Naufal Ramadhana  
NIM : 1710257124  
Fakultas : Seni Rupa  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, karya Tugas Akhir Karya Desain yang berjudul **PERANCANGAN VISUAL BRANDING PERTANIAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selaku penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 05 Januari 2023



Atsil Naufal Ramadhana  
NIM 1710257124



## ABSTRAK

### PERANCANGAN VISUAL BRANDING PERTANIAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI DESA ORGANIK SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG

Oleh: Atsil Naufal Ramadhana

NIM: 1710257124

Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum Wonosalam, Jombang Jawa Timur merupakan pertanian organik yang dikelola bersama dengan sistem alami guna memperbaiki dan meningkatkan ekologi termasuk manajemen air bersih, tanah, udara bersih dan lingkungan. Misi utama dari kelompok tani adalah untuk menyuarakan pertanian organik dengan tujuan membangun dan mendukung pertanian organik nasional. Perancangan ini dilakukan untuk membangun visual branding dari pertanian organik Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum yang sehat dan *sustainable*.

Perancangan ini bertujuan sebagai acuan visual kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum sebagai pertimbangan pertanian yang menggunakan metode organik. Pentingnya perancangan identitas visual dalam menyampaikan pesan dan nilai pertanian kelompok Sumber Arum bertujuan membangun pertanian yang sehat dan *sustainable*. Pencarian data perancangan ini dengan melakukan wawancara, studi pustaka, studi lapangan dan diskusi. Metode analisis SOAR, pemilihan metode ini untuk menyusun strategi kreatif yang dapat diukur dengan peluang dan kekuatan, aspirasi dari setiap anggota kelompok Tani dalam menciptakan visi dan misi serta nilai yang disepakati bersama oleh setiap anggota kelompok tani.

Hasil dari perancangan ini adalah memperjelas asset dan aktivasi visual branding sebagai temuan dari substansi pertanian organik kelompok tani melalui perancangan identitas visual yang mengedepankan nilai-nilai dan visi kelompok tani guna kesehatan dan melindungi ekologi. Pada proses perancangan ini menggunakan pendekatan pada ranah Desain dan Lingkungan yang berfokus pada pemecahan masalah pada isu-isu lingkungan. Dengan menggunakan konsep mengurangi sampah pasca produksi. Hasil rancangan ini sudah dipresentasikan kepada perwakilan kelompok tani juga dapat dijadikan acuan jika direalisasikan atas persetujuan dari kelompok tani.

Kata kunci: Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum, *Visual Branding*, pertanian organik, desain dan lingkungan, keberlanjutan.

## **ABSTRACT**

### **VISUAL BRANDING DESIGN OF ORGANIC COFFEE FARMING ORGANIC VILLAGE FARMER GROUP SUMBER ARUM WONOSALAM JOMBANG**

*By: Atsil Naufal Ramadhana*

*NIM: 1710257124*

*Sumber Arum Organic Village Farmers Group Wonosalam, Jombang East Java is an organic farm that is managed together with natural systems to improve and enhance the ecology including the management of clean water, soil, clean air and the environment. The main mission of the farmer group is to voice organic farming with the aim of building and supporting national organic farming. This design is carried out to build a visual branding of the organic farming of the Sumber Arum Organic Village Farmers Group that is healthy and sustainable.*

*This design aims as a visual reference for the Sumber Arum Organic Village Farmers Group as a consideration for agriculture that uses organic methods. The importance of designing a visual identity in conveying the message and value of the Sumber Arum group farm aims to build a healthy and sustainable farm. This design data search by conducting interviews, literature studies, field studies and discussions. SOAR analysis method, the selection of this method is to develop creative strategies that can be measured by opportunities and strengths, aspirations of each member of the Farmer group in creating a vision and mission and values agreed upon by each member of the farmer group.*

*The result of this design is to clarify the assets and activation of visual branding as a finding of the substance of organic farming through the design of a visual identity that emphasizes the values and vision of farmer groups for health and ecological protection. In this design process using an approach to the realm of Design and Environment that focuses on problem solving on environmental issues. By using the concept of reducing post-production waste. The results of this design have been presented to representatives of the farmer group and can also be used as a reference if realized with the approval of the farmer group.*

*Keywords: Sumber Arum Organic Village Farmers Group, Visual Branding, organic farming, design and environment, sustainable.*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	viii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan.....	4
D. Batasan Masalah .....	4
E. Manfaat perancangan.....	5
1. Manfaat bagi Perancang.....	5
2. Manfaat bagi Institusi .....	5
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	5
4. Manfaat bagi Industri Kreatif .....	5
5. Manfaat bagi Media .....	5
F. Metode Perancangan.....	6
1. Data yang Dibutuhkan: .....	6
2. Metode Pengumpulan Data.....	6
3. Metode Analisis Data.....	7
G. Skematika Perancangan .....	8

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	9
A. Data Perancangan.....	9
1. Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum .....	9
2. Informasi Produk .....	12
3. Media Yang Sudah Digunakan .....	13
4. Karakteristik Konsumen .....	14
5. Informasi Produk serupa.....	14
6. Cakupan Wilayah Pemasaran .....	15
B. Tinjauan tentang Pertanian Organik .....	16
1. Pertanian Organik.....	16
2. Pertanian Organik di Indonesia.....	18
3. Pertanian organik kelompok tani Sumber Arum .....	20
C. Tinjauan tentang <i>Visual Branding</i> .....	24
1. <i>Brand</i> .....	24
2. <i>Brand Anatomy</i> .....	25
3. <i>Brand family</i> .....	27
4. <i>Brand Strategy</i> .....	27
5. <i>Grid dan Layout</i> .....	30
6. Desain Organik dan Berkelanjutan.....	33
7. <i>Packaging</i> .....	35
D. Studi Pustaka.....	38
E. Analisa data.....	40
1. Analisis SOAR.....	42
2. Diskusi metodologi praksis Seni.....	44
F. Kesimpulan .....	45
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	46
A. Konsep Kreatif.....	46

1.	Tujuan Media.....	46
2.	Media utama dan pendukung.....	47
3.	Rencana aktivasi <i>branding</i> .....	48
4.	Target Audiens.....	48
B.	Strategi Kreatif.....	50
1.	Unsur Ikonik .....	50
2.	Konsep visual.....	51
3.	<i>Color pallete</i> .....	51
4.	<i>Typeface</i> .....	52
C.	Kriteria Desain .....	54
1.	Kriteria Umum.....	54
2.	Kriteria Khusus .....	56
a.	Program Kreatif .....	57
1.	GSM ( <i>Graphic Standard Manual</i> )/Pedoman Visual.....	57
2.	<i>Packaging Kronotrop Coffee</i> .....	58
3.	<i>Stationary Kit</i> .....	59
4.	<i>Signage</i> .....	60
5.	Media Sosial Instagram .....	61
BAB IV VISUALISASI KONSEP .....		62
A.	Proposal Logo .....	62
1.	Visi.....	62
2.	Nilai .....	62
3.	Tujuan .....	62
4.	Posisi.....	63
B.	Visualisasi Logo.....	65
1.	Pendekatan Project (A).....	66
2.	Pendekatan Project (B) .....	66

C. Logo Alternatif.....	68
D. Tipografi .....	69
E. Presentase Skala Logo .....	72
F. <i>Color pallete</i> .....	74
G. Sistem Skema Grid dan Layouting .....	75
H. <i>Icon</i> .....	80
I. Pengaplikasian .....	82
1. GSM ( <i>graphic standard manual</i> ) .....	82
2. Kemasan/ <i>Packaging</i> .....	83
3. Labeling .....	87
4. Stamp .....	88
5. Envelope .....	89
6. <i>Signage</i> .....	91
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	97
A. Buku .....	97
B. Jurnal .....	98
C. Webtografi .....	98
LAMPIRAN.....	100
A. Dokumentasi Pameran .....	100
B. Dokumentasi Perancangan Karya.....	102
C. Data Wawancara .....	107
D. Catatan Akhir .....	113

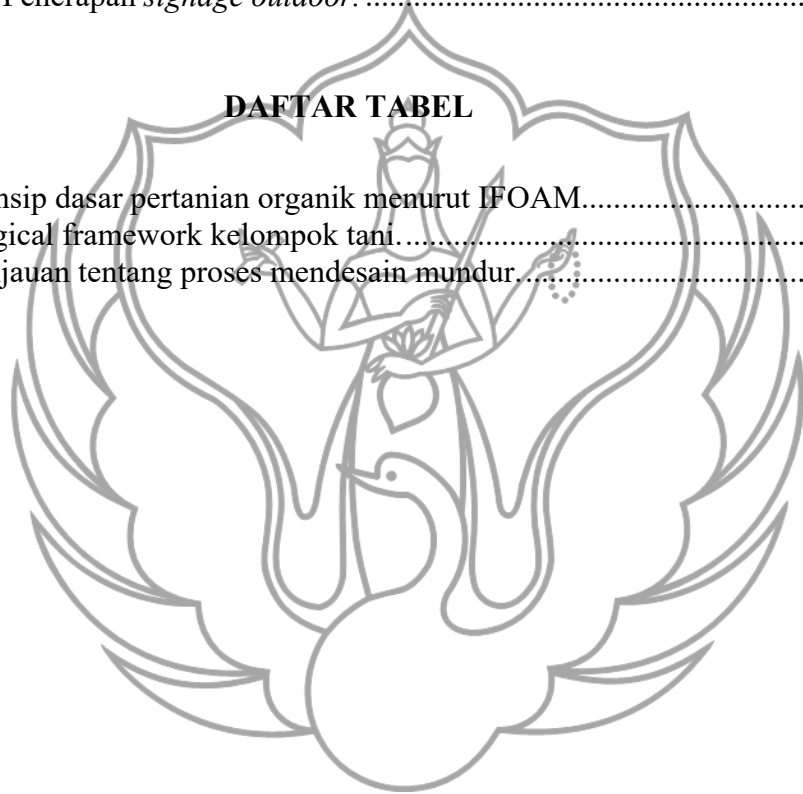
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skematika perancangan Visual Branding Pertanian Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.....	8
Gambar 2. 1 Peta lokasi Dusun Sumber Arum Desa Sambirejo Wonosalam, Jombang.....	9
Gambar 2. 2 Papan nama Kelompok Tani Sumber Arum.....	10
Gambar 2. 3 Kegiatan survey dan perawatan kebun.....	11
Gambar 2. 4 Logo Kelompok Tani Sumber Arum.....	12
Gambar 2. 5 Display Produk Kelompok Tani Sumber Arum.....	13
Gambar 2. 6 Instagram Produk Kelompok Tani Sumber Arum.....	14
Gambar 2. 7 Logo Wojo Coffee.....	14
Gambar 2. 8 Instagram Wojo Coffee.....	15
Gambar 2. 9 Kerangka Segitiga Konsep ( <i>Enviromentally Sustainable</i> ).....	19
Gambar 2. 10 Survei ak tembaga.....	25
Gambar 2. 11 Pantone Cadbury. ( <i>company</i> ).....	28
Gambar 2. 12 Grids and page.....	32
Gambar 2. 13 Papanek diagram.....	34
Gambar 2. 14 Shelf set of soap brands.....	36
Gambar 2. 15 Ahumada Mezcal Mocktail.....	39
Gambar 2. 16 Jawaban Survei.....	41
Gambar 2. 17 Jawaban Survei.....	41
Gambar 2. 18 Jawaban Survei.....	42
Gambar 3. 1 Penyerahan sertifikasi pertanian organik oleh Bupati Jombang.....	46
Gambar 3. 2 Diskusi bersama anggota kelompok tani Sumber Arum.....	56
Gambar 3. 3 Typeface Thingking of Betty.....	53
Gambar 3. 4 referensi Gsm.....	58
Gambar 3. 5 Standing Pouch.....	58
Gambar 3. 6 Stationery.....	59
Gambar 3. 7 Signage Museum of Natural History and Planetarium.....	60
Gambar 3. 8 Instagram Cassa Brasil.....	61
Gambar 4. 1 Logical Framework Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.....	64
Gambar 4. 2 Logo Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.....	65
Gambar 4. 3 Diversifikasi/peningkatan perogram kerja kelompok tani.....	66
Gambar 4. 4 Rancangan Sketsa Logo Kelompok Tani Desa Sumber Arum.....	67
Gambar 4. 5 Pilihan alternative logo Kelompok Tani.....	68
Gambar 4. 6 Keluarga huruf Sora Typeface.....	69
Gambar 4. 7 Penerapan Font Sora pada rancangan visual branding.....	71
Gambar 4. 8 <i>Clear Space</i> Logo Kelompok Tani.....	72
Gambar 4. 9 Logotype Kelompok Tani Organik Sumber Arum.....	73
Gambar 4. 10 Logotype Kelompok Tani Organik Sumber Arum.....	73
Gambar 4. 12 Color Pallete Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.....	74
Gambar 4. 12 Color Pallete Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.....	74
Gambar 4. 13 Sistem Columns dan Gutter dalam penerapan Layouting.....	76
Gambar 4. 14 Penerapan pada media konten instagram 20x20 cm.....	77
Gambar 4. 15 Poster.....	79
Gambar 4. 16 Icon graphic.....	80

Gambar 4. 17 Alternative Icon sertifikasi.....	81
Gambar 4. 18 Mockup GSM Kelompok Tani.....	82
Gambar 4. 19 Desain kemasan V60.....	83
Gambar 4. 20 Kemasan Standing Pouch dengan valve.....	84
Gambar 4. 21 Second Box Packaging Kelompok Tani.....	85
Gambar 4. 22 <i>Mockup second packaging</i> .....	86
Gambar 4. 23 Label Packaging .....	87
Gambar 4. 24 Stamp logo Kelompok Tani .....	88
Gambar 4. 25 Envelope.....	89
Gambar 4. 26 Envelope COM10.....	90
Gambar 4. 27 <i>Stationery</i> .....	91
Gambar 4. 28 Desain signage indoor .....	92
Gambar 4. 29 Visualisasi Outdoor Signsystem. ....	93
Gambar 4. 30 Penerapan <i>signage outdoor</i> . ....	94

### DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Prinsip dasar pertanian organik menurut IFOAM.....	18
Tabel 2. 2 Logical framework kelompok tani.....	24
Tabel 3. 1 Tinjauan tentang proses mendesain mundur.....	55





# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu penyangga atau penyedia bahan pangan utama bagi masyarakat. Pertanian memiliki peran besar dalam memberikan kontribusi perekonomian untuk negara yang menjadikan sumber bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia, salah satunya kontribusi terhadap pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto) Pertumbuhan ekonomi dalam sektor pertanian atau agribisnis mampu mendorong dan meningkatkan PDB dua kali lebih besar dibanding sektor lainnya, (Daryanto, 2009, pp. 4-5). Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum adalah kelompok tani yang bergerak pada pertanian kopi organik yang mempunyai nilai dan visi untuk memajukan pertanian yang berkelanjutan pada bidang pertanian dan mensejahterakan petani, yaitu sesuai dengan program Nawacita yang diusung oleh pemerintah Indonesia.

Pembenahan program dari kelompok tani tentang pertanian yang berkelanjutan dan sehat menjadikan kelompok tani ini mulai mendaftarkan sertifikasi untuk metode tanam organik pada 2015 dan diikuti oleh para petani yang terletak di sekitar Dusun Sumber Arum, Desa Sambirejo Wonosalam Jombang. Kelompok tani ini berjumlah 20 orang yang mempunyai kebun sendiri tiap anggotanya, sejak tahun 2015 kelompok tani Sumber Arum sampai saat ini dalam pengawasan dan bekerja sama dengan Pemerintah pusat melalui BBPPTP (Balai Besar Proteksi Pembenihan Taman Perkebunan) Surabaya.

Keseriusan kelompok tani Sumber Arum dalam mengelola kopi organik ini dibuktikan dengan diperolehnya tiga sertifikat kopi organik, yang pertama SNI (Standar Nasional Indonesia) dari pemerintah Indonesia yang diakui dipasar nasional. Kedua, *UTZ Certified*, sertifikasi untuk paktek pertanian atau perkebunan yang saling berhubungan antara lingkungan, kesehatan dan keselamatan dalam pertanian yang berkelanjutan. Ketiga, sertifikat dari ICERT lembaga sertifikasi organik

yang diakui oleh Komisi Uni Eropa. untuk lingkup sertifikasi produksi tanaman, pengumpulan produk liar, penanganan dan pengolahan.<sup>1</sup>

*Brand* bisa diartikan sebagai citra yang ditampilkan dan bukan sekedar merek dagang, lebih dari itu untuk memberi rasa dan kualitas terbaik kepada audiens dan berusaha untuk menciptakan hubungan dengan mereka melalui visual. (Slade-Brooking C. , 2016, hal. 12). Merancang identitas suatu merek adalah bagian dari bahasa visual yang saling berkomunikasi dengan audiens melalui data empiris dan sudut pandang sebagai gambar, bentuk, tipografi dan komposisi yang dapat mendukung strategi desain yang mendukung. (Wrona, 2015, hal. 92). Selama ini Kelompok Tani Sumber Arum dalam *branding* sudah memiliki logo dan *packaging* yang sudah beredar di pasaran. Namun belum ada pedoman khusus dalam menguatkan relasi pertanian organik dari dalam maupun luar kelompok tani. Hal ini perlu adanya perhatian untuk memudahkan target audiens dalam mengenali nilai pertanian organik dan yang terpenting adalah nilai pertanian kelompok tani Sumber Arum. Semenjak terdampak COVID-19 para petani kopi disekitar Desa Sumber Arum mengalami penurunan dan mengalami kesulitan dalam menemukan strategi brand, narasumber Bapak Wito, salah satu anggota kelompok tani mengatakan, permasalahan yang sedang dihadapi oleh kelompok tani sangat kompleks, salah satunya tentang substansi dari pertanian organik itu sendiri, narasumber mengatakan masih banyak dari para konsumen yang datang dapat memicu melemahnya kepercayaan dan memunculkan persepsi lain dari pertanian organik Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum.<sup>2</sup>

Dari studi pustaka yang dilakukan belum ditemukanya perancangan *visual identity* Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum. Dilihat dari hasil kuesioner yang dilakukan oleh penulis yang mengambil sample daerah Jombang, ditemukan sebanyak 44.9% laki-laki dan perempuan berusia di atas 18 tahun yang mengenal dan mengetahui Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum, sedangkan orang yang menjawab tidak mengetahui sama sekali sebesar 17.3%, sementara yang mengakui baru mengenal setelah mengisi kuesioner sebanyak 37.8%. dari temuan ini dapat dianalisa bahwa

perancangan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh audiens yang mengenal kelompok tani Sumber Arum sebagai pertanian organik. Pentingnya perancangan identitas visual dalam menyampaikan pesan dan nilai pertanian kelompok Sumber Arum bertujuan melanjutkan pertanian yang sehat dan *sustainable* merawat alam. Pada proses perancangan identitas visual ini menggunakan metodologi desain yang tertera dalam buku “*Designing Brand Identity*” karya Alina Wheeler (2018) dan “*Creating a Brand Identity a Guide for Designer*” karya Catharine Slade-Brooking (2016). Dalam buku tersebut memuat beberapa tahap dan memuat beberapa diskusi yang komprehensif tentang proses desain yang meliputi *conducting research, clarifying strategi, designing identity, managing assets* metode perancangan ini dipilih sebagai acuan penulis dalam proses perancangan *visual identity*. Dimaksudkan melihat perubahan dan tantangan yang dinamis dihadapi para anggota kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum adanya perancangan *visual identity* dengan demikian tujuan dari perancangan ini diharap dapat meningkatkan *brand awareness* dan membuat strategi kelompok tani dalam merawat alam tetap berkelanjutan dapat diketahui oleh masyarakat.

Proses perancangan ini menggunakan pendekatan visual yang mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan pertanian organik, dalam Desan & Lingkungan yang mendasari dari seluruh perancangan ini. Pada proses produksi menggunakan bahan baku yang dekat dengan Kelompok Tani Sumber Arum guna kemudahan dan menggunakan bahan ramah lingkungan dengan tujuan meminimalisir limbah pasca produksi.

Perancangan visual branding ini dapat menjadi bukti secara teoritis menjadi langkah awal pengembangan identitas dari Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum, dengan memperjelas asset dan aktivasi *visual branding* dibangun melalui kerangka kerja dan nilai inti dari pertanian organik kelompok tani sebagai temuan dan membangun keberlanjutan pertanian atau perkebunan yang didukung oleh Pemerintah Kabupaten Jombang. Dengan perancangan ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku Desain Komunikasi Visual sebagai kontribusi membangun usaha

masyarakat dan UMKM melalui *visual branding* untuk memperkuat citra kelompok tani organik sebagai pertanian yang berkelanjutan bagi para kelompok tani maupun masyarakat Jombang khususnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *Visual Branding* Kelompok Tani Sumber Arum Wonosalam guna memperkenalkan nilai pertanian Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum?

## **C. Tujuan Perancangan**

Merancang *Visual Branding* yang mempunyai nilai-nilai pertanian organik kelompok tani yang ada di Wonosalam sekitar lereng Gunung Anjasmoro Kabupaten Jombang.

## **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada Perancangan *Visual branding* Kelompok Tani Kopi Wonosalam meliputi:

1. Identitas visual yang dimuat dalam GSM (*Graphic Standard Manual*) sebagai media acuan untuk membangun visual kelompok tani dan media pendukung *offline* seperti poster, *stationery*, *packaging* dan *online* berupa sosial media, hanya pada desain grafis tidak meliputi audio maupun video promosi.
2. Pada perancangan visual branding belum memuat kebutuhan defisiensi pengelihatatan warna.
3. Target *audience* dari perancangan ini yaitu konsumen hijau yang mendukung kesehatan dan keberlanjutan ekologi.
4. Lokasi yang diangkat dalam perancangan ini daerah Sumber Arum Wonosalam sekitar lereng Gunung Anjasmoro Kabupaten Jombang.

## E. Manfaat perancangan

Manfaat perancangan sebagai berikut:

### 1. Manfaat bagi Perancang

Perancang mendapatkan pengetahuan dan nilai dari masyarakat Wonosalam sekitar lereng Gunung Anjasmoro. Khususnya mengenai pertanian yang menjaga kesehatan dan merawat ekologi. Kemudian Perancangan ini dapat menambah wawasan/referensi yang diharapkan diterapkan dalam perancangan desain komunikasi visual oleh masyarakat Wonosalam Jombang.

### 2. Manfaat bagi Institusi

Dapat menjadi sumber informasi dan literature bagi intitusi dimasa yang akan datang, yang dapat memberi potensi diranah *Visual Branding* pada Desain Komunikasi Visual dan sebagai perancangan identitas visual dan beberapa pengaplikasian dalam berbagai media.

### 3. Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan dapat membantu perkembangan komoditi Kopi Wonosalam dalam mengenalkan pertanian organik dan menjaga ekologi demi keberlanjutan pertanian yang sehat. Kemudian dapat meningkatkan nilai pertanian organik bagi masyarakat sekitar. Yang diharapkan Menjadikan inovasi dan meningkatkan akses informasi tentang pertanian kopi organik Wonosalam Jombang.

### 4. Manfaat bagi Industri Kreatif

Perancangan ini dapat menjadi media yang berkelanjutan dalam perkembangan industri kreatif dan desain grafis khususnya, menjadi referensi visual dalam desain yang berhubungan dengan keberlangsungan ekologi.

### 5. Manfaat bagi Media

Hasil perancangan ini diharapkan bisa bermanfaat dan disebar luaskan kepada publik dengan mudah untuk mencari informasi terkait dan tepat.

## F. Metode Perancangan

### 1. Data yang Dibutuhkan:

#### a. Data Primer

Data primer dicari melalui sumber literatur sejarah tanaman kopi, serta wawancara kepada para anggota petani dan masyarakat sekitar Wonosalam, Jombang yang terkait dalam bidang penelitian ini.

#### b. Data Sekunder

Untuk mendapatkan data sekunder dapat dilakukan wawancara mendalam kepada para pengelola pertanian di daerah tersebut untuk mendukung perancangan *Visual branding* dalam penelitian ini. Dengan studi visual yang telah ada sebelumnya.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yaitu:

#### a. Observasi

Observasi dilakukan di tempat yang mempunyai informasi yang tepat mengenai sejarah kopi di Wonosalam dan potensi alam yang ada sebagai bahan pertimbangan untuk perancangan identitas visual.

#### b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali pemikiran, cara pandang dari narasumber. Mencoba mendapatkan pendirian secara lisan dari narasumber dengan melakukan percakapan dan komunikasi ke berbagai sumber, (Koentjaraningrat 1980,165) dalam buku Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual (Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, pp. 53-58). dengan menggunakan alat untuk mendokumentasikan data secara verbal dan visual yaitu:

- 1) Kuesioner
- 2) Recorder
- 3) Kamera Digital

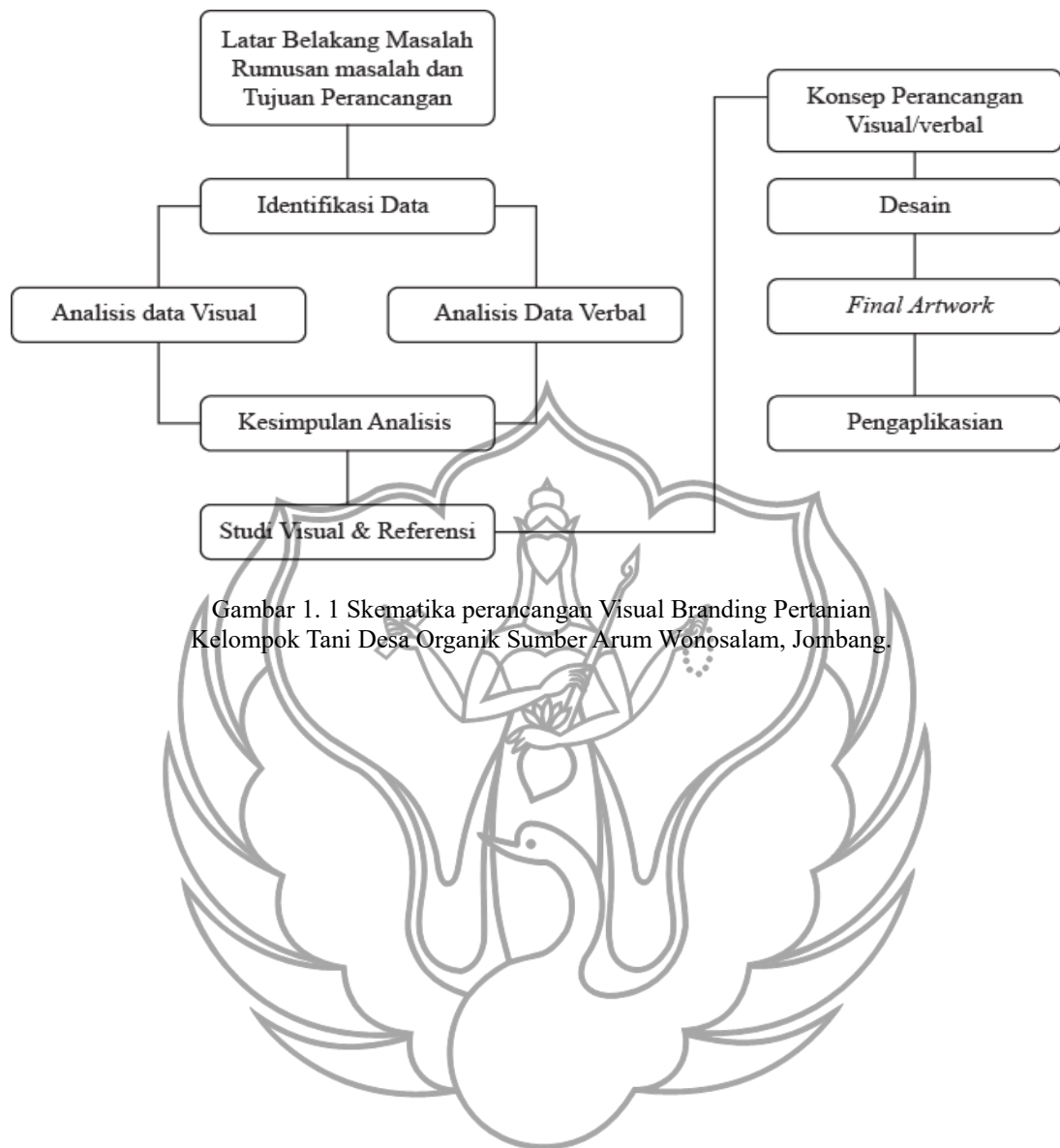
### c. Aspek Penelitian Visual

Perlunya penelitian visual karena karya desain mempunyai sebuah tujuan untuk mengkomunikasikan pesan dalam mengumpulkan data visual dalam konteks desain komunikasi visual ada tiga aspek, menurut Gillian Rose, 2001 dalam (Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, 2019, pp. 41-44) yaitu aspek imaji, aspek pembuat dan aspek pemirsa.

### 3. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode SOAR (*Strength, Opportunity, Aspirations, Result*). Yang dikembangkan oleh (Stavros, Jacqueline & Cole, Matthew, 2013) dalam *SOARing towards positive transformation and change*, 10-34). Metode ini dipilih karena berkaitan dengan objek yang telah diteliti. Pemilihan metode ini diharapkan dapat menyusun strategi kreatif yang dapat diukur dengan peluang dan kekuatan untuk mencapai tujuan yang diharapkan bersama, dalam point aspirasi dari setiap anggota kelompok tani Sumber Arum diharapkan menjadi panduan bagi kelompok dalam menciptakan visi dan misi serta nilai yang disepakati bersama oleh setiap anggota kelompok tani. Kemudian hasil untuk mengukur keberhasilan strategi kekuatan, peluang, dan aspirasi untuk mengukur keberhasilan dan target kedepannya.

## G. Skematika Perancangan



Gambar 1. 1 Skematika perancangan Visual Branding Pertanian Kelompok Tani Desa Organik Sumber Arum Wonosalam, Jombang.