

DESAIN PROMOSI BADAN USAHA MILIK DESA BERBEK (BUMBER)

Masnuna

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
masnuna.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kebutuhan dan potensi desa menjadi dasar dalam pendirian BUMDes sebagai bentuk upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat (PKDSP, 2007). Sayutri (Sayutri, 2011) mengemukakan bahwa keberadaan BUMDes diperlukan guna menggerakkan potensi desa serta dapat membantu dalam upaya pengentasan BUMDes merupakan institusi yang dibentuk oleh pemerintah desa serta masyarakat mengelola institusi tersebut berdasarkan kebutuhan dan ekonomi desa. Berbek adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Waru kabupaten Sidoarjo. Desa Berbek memiliki daya tarik tersendiri karena letaknya yang sangat dekat dengan Surabaya. Bumber adalah Badan Usaha Milik Desa Berbek yang menyediakan ATK dan jasa cetak. Adapun permasalahannya yaitu pembuatan logo Bumber tidak didesain berdasarkan pertimbangan dalam pembuatan logo yang baik. Sehingga logo tidak mencerminkan karakter/identitas/citra usaha Bumber. Ukuran stand 3x4 meter sehingga tidak mudah terlihat oleh calon pelanggan. Peletakan tanda pengenal tidak dikonsept dengan baik, meletakkannya asal-asalan, dan bahkan di bahu jalan raya yg bisa membahayakan pengguna jalan. Bumber masih membutuhkan banyak media promosi yang menarik agar bisa mendapatkan banyak pelanggan. Dari permasalahan tersebut, maka dibutuhkan redesain logo Bumber yang mampu mencitrakan Bumber dan mendesain promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut menggunakan metode tahap persiapan dan tahap penciptaan. Tahap persiapan meliputi pengumpulan data (observasi wawancara) dan penentuan media. Kemudian tahap penciptaan meliputi pra produksi (konsep verbal, konsep visual, konsep media), produksi (alternative desain, final desain, eksekusi media), dan pasca produksi (penerapan media).

Kata Kunci : bumdes, berbek, logo, desain, promosi

ABSTRACT

The needs and potential of the village are the basis for establishing BUMDes as an effort to improve community welfare (PKDSP, 2007). Sayutri (Sayutri, 2011) argues that the existence of BUMDes is needed to mobilize village potential and can help in efforts to alleviate BUMDes, which is an institution formed by the village government and the community manages these institutions based on the needs and the village economy. Berbek is a village located in Waru sub-district, Sidoarjo regency. Berbek Village has its charm because of its location which is very close to Surabaya. Bumber is a Berbek Village Owned Enterprise that provides stationery and printing services. The problem is that the making of the Bumber logo is not designed based on considerations in making a good logo. So that the logo does not reflect the character/identity / business image of Bumber. The size of the stand is 3x4 meters so it is not easily seen by potential customers. The placement of identification is not well conceptualized, put it at random, and even on the shoulder of the highway which can endanger road users. Bumber still needs a lot of attractive promotional media to get lots of customers. From these problems, it is necessary to redesign the Bumber logo that can image Bumber and design promotions to increase the number of customers. To achieve this goal using the method of preparation stage and stage of creation. The preparation stage includes data collection (interview observation) and media determination. Then the creation stage includes pre-production (verbal concepts, visual concepts, media concepts), production (alternative designs, final designs, media execution), and post-production (media application).

Keywords: bumdes, berbek, logos, designs, promotions

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan Negara untuk tercapainya tujuan nasional yang tercantum pada Pembukaan UUD 1945.

Desa memiliki peranan penting dalam upaya pembangunan nasional dikarenakan penduduk Indonesia cenderung bermukim di wilayah pedesaan sehingga hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar dalam upaya penciptaan stabilitas nasional (Sa'dullah, 2016). Selain itu pula posisi desa dinilai strategis dalam pembangunan Negara karena desa menjadi dasar dalam identifikasi permasalahan masyarakat hingga pada perencanaan serta realisasi tujuan negara yang terdapat pada tingkat desa (Sidik, 2015). Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menjelaskan desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. BUMDes dibentuk berlandaskan atas peraturan perundang-undang yang berlaku atas kesepakatan antar masyarakat desa. Tujuan BUMDes adalah meningkatkan dan memperkuat perekonomian desa. BUMDes memiliki fungsi sebagai lembaga komersial melalui penawaran sumberdaya lokal yang bertujuan untuk mencari keuntungan dan lembaga sosial melalui kontribusi penyediaan pelayanan sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat. BUMDes telah memberikan kontribusi positif bagi penguatan ekonomi di pedesaan dalam mengembangkan perekonomian masyarakat khususnya dalam menghadapi Asean Economic Community 2015 (Alkadafi, 2014). Dari beberapa rujukan dan pengertian tentang BUMDes diatas menunjukkan bahwa badan usaha yang didirikan oleh sebuah desa sangat berpengaruh pada perkembangan dan kemajuan desa itu sendiri. Sehingga menjadi warga yang baik hendaklah memajukan BUMDes diwilayah masing-masing.

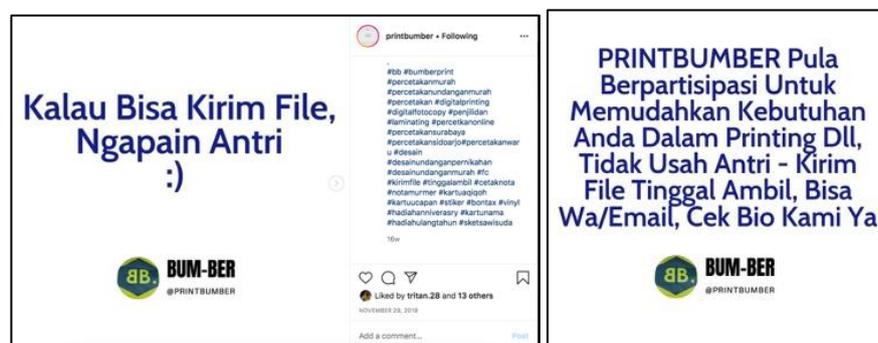
Berbek adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Waru kabupaten Sidoarjo. Secara geografis Berbek terletak di pinggir kabupaten Sidoarjo, berbatasan dengan kecamatan Rungkut – Surabaya. Meskipun lokasinya dipinggir kabupaten Sidoarjo bukan berarti desa ini menjadi desa tertinggal. Justru desa Berbek memiliki daya tarik tersendiri karena letaknya yang sangat dekat dengan Surabaya.

Bumber adalah Badan Usaha Milik Desa Berbek. Bumber berdiri sejak Oktober 2019. Usaha ini bergerak dibidang penjualan perlengkapan ATK dan jasa kebutuhan kuliah dan kantor. Stand Bumber dijaga oleh remaja Berbek sendiri berjumlah 2 orang yang usianya 20 tahunan. Nama Bumber diambil dari singkatan BUMDes Berkah. Sesuai data yang kami peroleh dari pengurus Bumber adalah, di jaman teknologi yang semakin maju ini Bumber memiliki misi sebagai BUMDes yang mampu menyelesaikan semua permasalahan dan kebutuhan yang dihadapi warga Berbek dan sekitarnya di lingkup kebutuhan sekolah dan perkantoran.

Penduduk desa Berbek bisa dikatakan sangat maju, karena posisi desa Berbek yang dekat dengan kota Surabaya, sehingga banyak penduduk usia remaja yang sedang menempuh kuliah dan lulusan strata 1. Jadi keberadaan Bumber sangat dibutuhkan warga sekitar. Usaha ini bergerak di bidang penjualan alat tulis sekolah, kuliah dan kantor. Serta menyediakan jasa seperti photocopy, print dokumen, cetak foto, cetak banner, cetak undangan, penjilidan, laminating, dll. Bumber berada di jalan raya Berbek.

Bumber memiliki beberapa USP (*Unique Selling Point*) yang ditawarkan kepada pelanggannya. Diantaranya:

1. Misi Bumber dalam berinovasi berjualan secara online telah tercapai, menerima pesanan print dokumen, cetak foto, cetak banner, dsb. File bisa dikirimkan via Whats app atau email, apabila file telah di cetak maka pelanggan bisa mengambil ke stand Bumber. Berikut desain promosinya melalui Instagram Bumber



Gambar 1. Media Promosi Bumber
Sumber: Instagram @printbumber

2. Cara Bumber dalam berpromosi memanfaatkan media social.



Gambar 2. Media Promosi Bumber
Sumber: Rizaldi (Manajer Bumber)

Media sosial yang digunakan adalah Instagram (@printbumber), Facebook, email dan Whats app.



Gambar 3. Media Promosi Bumber
Sumber: Rizaldi (Manajer Bumber)

3. Bumber memiliki logo sebagai upaya untuk meyakinkan pelanggannya. Sangat banyak kelebihan yang dimiliki Bumber dalam menjalankan usahanya. Sayangnya sekali apabila Bumber kehilangan pelanggan karena kekurangan-kekurangan yang dimilikinya seperti berikut:

- a) Sesuai hasil wawancara kepada Rizaldi bahwa pembuatan logo Bumber tidak didasari dengan perencanaan yang matang. Asal membuat logo, dan logo tidak dibuat oleh tim desainer khusus. Sehingga tidak memiliki filosofi. Sedangkan sesuai hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa logo yang dimiliki Bumber belum didesain berdasarkan kaidah desain pembuatan logo.



Gambar 4. Logo Bumber
Sumber: Instagram @printbumber

Menurut David E. Carter, seperti dikutip (Kusrianto, 2007) pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. *Original & Desctinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
 2. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
 3. *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
 4. *Memorable*, atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
 5. *Easily associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
 6. *Easily adaptable for all graphic media*. Disini, faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses pencanangan. Hali itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.
- b) Lokasi yang berdampingan dengan stand-stand lainnya membuat stand Bumber tidak mudah dilihat oleh orang. Dengan adanya beberapa stand yang ada di sekitar Bumber semakin tidak terlihat keberadaan Bumber.
- c) Usaha ini tergolong baru, yaitu berdiri pada bulan Oktober 2019. Sehingga Bumber masih harus berjuang untuk mencari pelanggan.

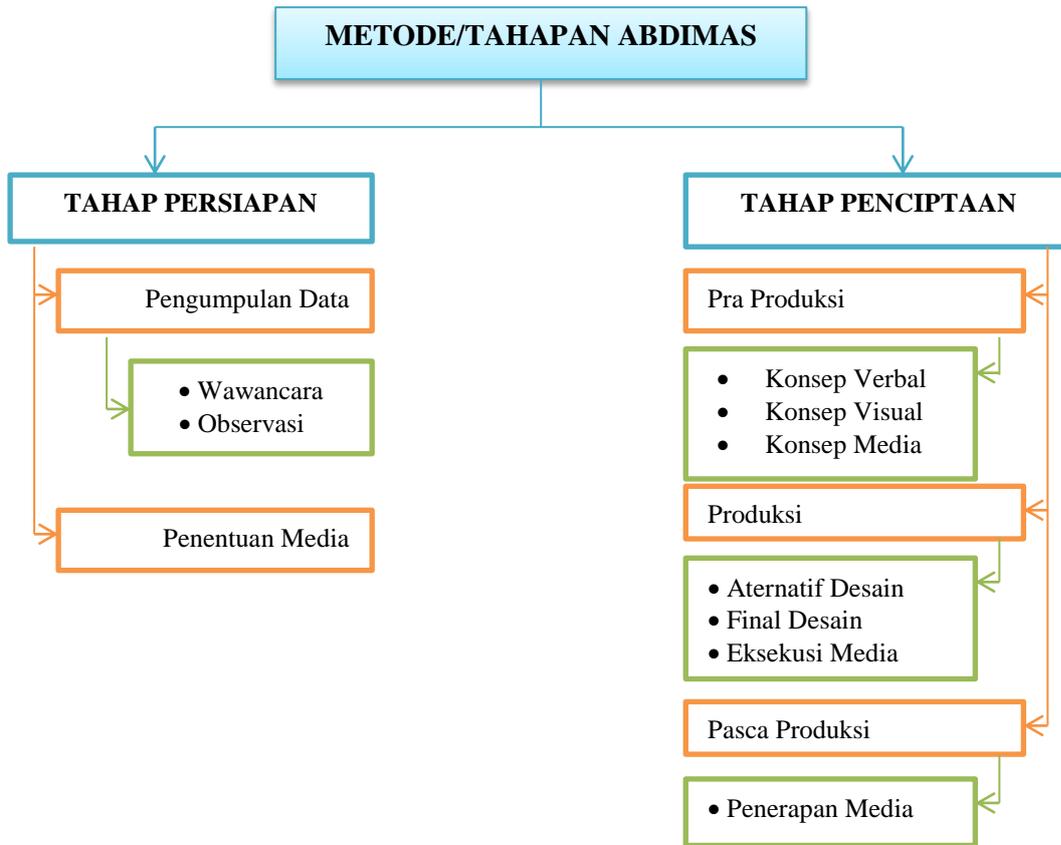


Gambar 4. Lokasi Bumber
Sumber: Masnuna

METODE PENCIPTAAN

Penelitian ini menggunakan dua tahapan metode yaitu tahap persiapan dan tahap penciptaan. Tahap persiapan meliputi pengumpulan data dan penentuan media. Kemudian tahap penciptaan meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Sugiyono, 2018).

Tabel 1. Metode Penciptaan



Sumber: Masnuna

1. Tahap Persiapan

a. Pengumpulan Data

Agar tercipta logo dan media promosi yang menarik serta tepat sasaran, maka diperlukan sejumlah data. Pengumpulan data menggunakan metode kualitatif agar mendapatkan data yang akurat dan mendalam. Pengumpulan data yang dilakukan juga merupakan metode pendekatan kepada mitra. Tahapan yang digunakan dalam pengumpulan data dan pendekatannya yaitu :

- 1). Observasi; Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengandalkan pengamatan untuk mengamati fenomena yang ada di lingkungan sekitar sehingga membutuhkan ketelitian dan ketajaman mata dalam melihat fenomena hingga skala terkecil (Abdullah, 2015). Observasi dilakukan sebagai teknik untuk mengumpulkan data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari mitra. Proses ini dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi Bumber saat ini. Berikut hal-hal yang diobservasi:
 - Lokasi Bumber, melihat secara langsung kondisi lokasi Bumber.
 - Mengamati lingkungan Berbek.
 - Mengamati desain media promosi Bumber yang tersebar di media social.
- 2). Wawancara; Wawancara dilakukan untuk mendukung hasil dari observasi berdasarkan pendapat dari narasumber dan target audiens yang berkaitan. Wawancara dilakukan kepada:

- Target audiens untuk menggali informasi dari pelanggan tentang pengetahuan mereka terhadap keberadaan Bumber.
- Menanyakan kepada mitra perihal kekurangan dan kelebihan yang dimiliki Bumber. Hasilnya digunakan untuk menyaring elemen apa saja yang perlu dimasukkan kedalam desain logo dan media promosi. Serta hasilnya digunakan untuk menentukan media apa saja yang dibutuhkan mitra terkait media promosi.
- Memberikan beberapa pertanyaan seputar alternatif desain logo Bumber kepada mitra untuk dipilih satu kemudian diterapkan di media promosi.

b. Penentuan Media

Setelah data terkumpul, maka media bisa ditentukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Logo dan media promosi yang seperti apa yang mereka inginkan dan mereka butuhkan. Sehingga hasil desain media bisa terukur dari kolerasi antara hasil desain dengan hasil pengumpulan data.

2. Tahap Penciptaan

a. Pra Produksi

1. Konsep Verbal

Setelah mengumpulkan data terkait Bumber, maka saatnya menyusun konsep verbal berupa gaya komunikasi yang digunakan untuk media promosi.

2. Konsep Visual

Pada tahap ini saat nya membuat konsep desain visual untuk logo dan media promosi. Pembuatan konsep visual berdasarkan hasil brainstorming yang poin-poinnya diambil dari hasil pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Konsep visual meliputi ilustrasi, tipografi, warna.

3. Konsep Media

Konsep media dibuat berdasarkan hasil observasi dengan mengamati lingkungan dan karakter target audiens. Tujuan mengamati lingkungan untuk mengukur kebutuhan apa saja yang diperlukan Bumber. Konsep media meliputi ukuran media, bahan media, pemilihan media yang dibutuhkan, pemilihan media promosi.

b. Produksi

1. Alternatif Desain

Alternative desain terdiri dari 20 desain yang dibuat berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap Bumber.

2. Final Desain

Pemilihan final desain dipilih atas dasar pilihan dari target audiens dan mitra melalui wawancara. Mulai dari tahap pengumpulan data, penyusunan konsep desain, pembuatan alternatif desain hingga final desain merupakan upaya pendekatan kepada mitra dan masyarakat dengan cara membuat desain dan menentukan desain sesuai hasil pilihan mereka.

3. Eksekusi Media

Eksekusi media adalah langkah untuk merealisasikan desain logo dan media promosi menjadi media yang siap diimplementasikan. Tahap ini adalah menjadikan desain logo dan media promosi bukan lagi hanya sebagai gambar desain namun menjadi media secara *real* dengan ukuran dan bahan yang sesuai dengan konsep desain dan siap di implementasikan dan di gunakan oleh target audiens.

c. Pasca Produksi

1. Penerapan Media

Setelah desain di eksekusi dan dijadikan nyata sesuai konsep desain, maka media promosi diberikan kepada mitra untuk dipakai dan dimanfaatkan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

a. Pengumpulan Data

1) Observasi:

- Lokasi Bumber sulit terlihat oleh masyarakat, lokasi dipinggir jalan yang sangat ramai, ukuran stand Bumber telah ditemukan 3m x 4m.
- Mengamati lingkungan Berbek yang ternyata belum ada informasi apapun tentang keberadaan Bumber sehingga masyarakat banyak yang belum tahu adanya Bumber.
- Mengamati desain media promosi Bumber yang tersebar di media social yang tidak memiliki desain yang memadai.

2) Wawancara;

- Setelah wawancara kepada 10 siswa sekolah Darma Siswa didapatkan hasil bahwa tidak ada 1 pun yang mengetahui adanya Bumber.
- Hasil wawancara kepada pelanggan Bumber, didapatkan hasil bahwa mereka mengetahui keberadaan Bumber dari media social.
- Telah ditemukan media – media yang dibutuhkan mitra terkait kebutuhan Bumber seperti seragam kaos, pen, mug, gantungan kunci, topi, stiker.
- Karakter logo Bumber memuat filosofi sebagai solusi bagi warga Berbek, melayani dengan ramah, badan usaha yang terus berkembang.

b. Penentuan Media

Seragam kaos, pen, mug, gantungan kunci, topi, stiker, tas kresek, identification sign.

2. Tahap Penciptaan

a. Pra Produksi

- Konsep Verbal

Menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku, karena target audiensnya siswa, mahasiswa, dan karyawan muda.

- Konsep Visual

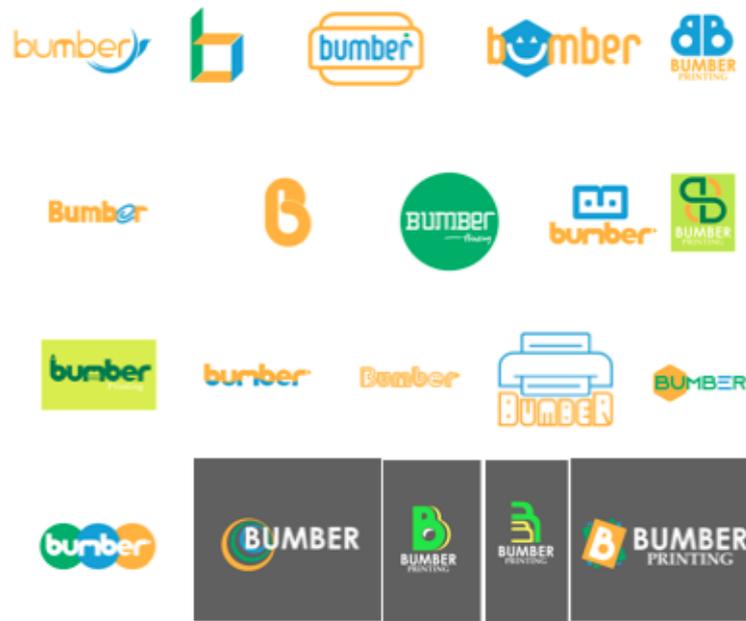
Menggunakan warna yang cerah dan memberikan makna semangat.

- Konsep Media

Membuat media yang diperlukan dan disesuaikan kebutuhan target audiens dan pegawai Bumber.

b. Produksi

- Alternatif Desain Logo



Gambar 5. Alternatif Logo Bumber
Sumber: Masnuna

- Final Desain



Gambar 6. Final Logo Bumber
Sumber: Masnuna

FILOSOFI LOGO



3 lingkaran yang selaras dan konsisten, mewakili gelombang/sinyal yang terus melebar, berkembang, dan menjangkau berbagai kalangan dan daerah. Seperti halnya Bumber yang akan terus meluas dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan warga desa.



Teks Bumber yang terlihat fleksibel dan dinamis, namun masih simetris dan konsisten. Memberikan kesan ramah dan dapat dipercaya.



- Eksekusi Media

1. Cerita Instagram



Gambar 7. Media Promosi di Cerita Instagram Bumber
Sumber: Masnuna

2. Media Promosi



Gambar 8. Media Promosi Bumber
Sumber: Masnuna

3. Desain Poster A3



Gambar 9. Poster Bumber
Sumber: Masnuna

c. Pasca Produksi

- Penyerahan Media



Gambar 10. Penyerahan Media Bumber
Sumber: Masnuna

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Badan Usaha Milik Desa sangat penting keberadaannya di tengah-tengah masyarakat desa, utamanya di desa Berbek. Desa berbek merupakan desa yang terdapat beberapa sekolah dan banyak pendatang yang bekerja di sekitar desa Berbek, sehingga badan usaha seperti Bumber sangat diperlukan warga sekitar. Setelah adanya BUMDes Bumber, hendaknya dilakukan promosi agar warga sekitar mengetahui keberadaan Bumber. Sehingga bisa meningkatkan ekonomi BUMDes Berbek.

REFERENSI

- Abdullah. (2015). Observasi Pengumpulan Data. *Romney Dan Steinbart*.
- Alkadafi, M. (2014). Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengelolaan Kelembagaan Badan Usaha Milik Desa Menuju Asean Economic Community 2015. *El-Riyasah, 05 No.1*, 32–40.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual. Pengantar Desain Komunikasi Visual*.
- Sa'dullah. (2016). Pentingnya Media Audio Visual dalam Pengembangan Kawasan Perdesaan Agropolitan. Retrieved March 26, 2020, from

<http://www.kemendes.go.id/index.%0Aphp/view/detil/1799/pentingnyamedia-audio-visual-dalampengembangan-kawasan-perdesaanagropolitan>

Sayutri, M. (2011). Pelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDs) Sebagai Penggerak Potensi Ekonomi Desa Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Donggala. *Jurnal Academica Fisip Untad*, 03 No. 02, 717–728.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Desa