

BAB I

PENDAHULUAN

I.I. Latar Belakang Masalah

Tauco adalah produk biji kedelai (*Glycinus Max*) berbentuk pasta yang berwarna kekuning – kuning atau yang berwarna hitam (black soya), rasanya agak asin dan pembuatannya dengan cara fermentasi. Biasanya tauco ini digunakan sebagai bumbu, atau penyedap dalam membuat masakan. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai merek dan berbagai jenis tauco yang telah menjadi ciri khas suatu daerah, seperti tauco Pekalongan (Jawa Tengah), Medan (Sumatera Utara) yang rasanya lebih sedikit manis dibandingkan dengan tauco Cirebon, Cianjur (Jawa Barat) yang rasanya lebih masin (gurih). Diantara berbagai tauco lainnya tauco yang paling enak adalah tauco khas kota Cianjur.

Salah satu tauco khas Cianjur yang terkenal adalah tauco cap Meong Ny. Tasma. Namun dalam perkembangannya saat ini tauco cap Meong Ny. Tasma sudah mulai menurun citra dan penjualannya. Hal ini dikarenakan banyaknya bermunculan tauco – tauco merek lain dengan kemasan produk yang hampir sama antara satu dengan lainnya.

Oleh karena itu diperlukan rebranding citra /image dari kemasan tauco cap Meong Ny. Tasma ini. Diharapkan dengan adanya rebranding dan terdaftar hak ciptanya membuat tauco cap Meong Ny. Tasma ini dapat tampil lebih unggul dari pada pesaingnya dalam hal kualitas maupun kuantitas. Selain itu juga dapat meningkatkan penjualan yang lebih baik lagi.

Pemilihan perusahaan tauco cap meong Ny. Tasma sebagai tema tugas akhir sangat menarik untuk dibahas, karena perusahaan tauco ini sudah berdiri sejak tahun 1880 dan sudah memiliki cukup banyak konsumen dari generasi satu ke generasi selanjutnya. Beberapa penghargaan juga telah diterima oleh perusahaan ini seperti: penghargaan dari dinas kesehatan, penghargaan tauco tertua dikota Cianjur, dsb.

Pada jaman modern seperti ini, makanan tidak hanya dinilai berdasarkan rasa dan harganya saja. Dalam memilih suatu produk makanan, konsumen juga menilai berdasar semua faktor-faktornya seperti rasanya, pelayanannya, harga, kemasan, penyajiannya, image, serta pengakuan produk tersebut dimata para konsumen.

Berdasarkan hal-hal diatas tidak dapat disangkal peran penting seorang tenaga desainer dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat, Melalui pembuatan logo perusahaan, dan konsep yang akan dituangkan ke dalam media promosinya. Penulis mengharapkan dengan adanya rebranding ini, produk tauco cap Meong Ny. Tasma dapat memiliki citra yang kuat didalam benak konsumennya.

I.2. Perumusan masalah

Suatu perusahaan harus memiliki citra yang kuat dan menarik yang berfungsi untuk memperkenalkan serta mengingatkan masyarakat pada suatu jenis perusahaan. Pada saat ini dari sejumlah merek tauco Cianjur yang beredar di pasaran memiliki tampilan yang hampir sama dengan tampilan dari produk tauco cap Meong, sehingga kebanyakan orang sulit untuk membedakan mana tauco yang benar – benar asli dari Cianjur.

Masalah yang dihadapi adalah :

- Bagaimana menciptakan suatu program rebranding yang mampu memperbaiki citra dari tauco cap Meong Ny. Tasma.?
- Konsep dan tampilan visual seperti apakah yang akan diterapkan di dalam media promosi tauco cap Meong Ny. Tasma ?

I.3. Tujuan Perancangan

I.3.1. Secara Umum

Dengan rebranding ini tauco cap Meong memiliki citra perusahaan yang baru logo yang tidak mudah ditiru, dan mudah dikenal sebagai tauco cap Meong yang paling asli dari Cianjur.

I.3.2. Secara Khusus

Dengan perancangan ini perusahaan akan memiliki sebuah citra yang kuat pada merek tauco cap Meong, sehingga konsumen lebih mengenal produk tauco cap Meong dibandingkan dengan pesaingnya.

Dengan adanya perancangan rebranding ini. Diharapkan dapat mempertahankan loyalitas konsumen lama dan menambah konsumen baru.

1.4. Manfaat perancangan

a. Bagi konsumen dan masyarakat

Agar masyarakat dan konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk tauco cap meong Ny. Tasma serta mengetahui bahwa produk tauco cap Meong Ny. Tasma berkualitas dalam mutu dan rasanya.

b. Bagi produsen

Dengan adanya rebranding citra tauco cap Meong dapat lebih unggul kembali dibanding para pesaingnya. (diharapkan produsen memperoleh konsumen yang lebih banyak dari sebelumnya).

1.5. Metode Perancangan

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, antara lain :

a. Interview melalui kuesioner / angket (data primer)

Wawancara dilakukan dengan struktur bebas, pertanyaan tidak tersusun secara sistematis ataupun formal

b. Data sekunder melalui foto-foto, logo, packaging yang sudah ada.

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku (studi pustaka), majalah, internet, atau keterangan – keterangan lainnya.