

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung memiliki beragam jenis makanan, mulai dari makanan berat sampai dengan kudapan sekali-pun dapat ditemukan hampir di setiap pelosok kota ini. Selain menjadi kota mode Bandung juga dikenal dengan wisata kuliner. Hampir setiap wisatawan yang datang ke Bandung tidak akan pernah merasa ke Bandung jika belum mencicipi makanannya yang beragam, unik, dan menarik. Tidak hanya makanan modern saja yang terdapat disini juga makanan tradisional daerah dan makanan peninggalan jaman Belanda.

Kudapan merupakan makanan selingan yang disukai banyak orang. Biasanya kudapan dikonsumsi setelah makan berat sebagai pencuci mulut atau sekedar bersantai dengan kerabat. Salah satu kudapan yang digemari hampir semua orang adalah es krim. Memiliki cita rasa yang lezat dan bertekstur lembut sehingga banyak orang yang menyukai kudapan ini. Salah satu tempat menjual es krim yang terkenal di Bandung yang sudah berdiri sejak jaman Belanda adalah “Rasa *Bakery & Cafe*”.

“Rasa *Bakery & Cafe*” masa kini dikenal dengan kue dan es krim buatan rumah yang masih menggunakan tenaga manusia. Dibuat dengan resep yang dipertahankan sejak jaman Belanda sampai dengan saat ini. Itulah yang menjadi ciri khas “Rasa *Bakery & Cafe*”. Selain itu, yang menjadi ciri khas lain adalah rasa moka

yang mereka gunakan pada setiap kue dan es krim adalah buatan sendiri sehingga mempunyai tekstur rasa yang berbeda dengan kudapan di tempat lainnya.

“Rasa *Bakery & Cafe*” mempunyai es krim yang sangat enak, bertekstur lembut, dan mempunyai banyak jenis rasa yang disajikan. Walaupun sudah dikenali oleh banyak orang, sayangnya es krim ini belum mempunyai identitas yang jelas sehingga orang yang baru datang berkunjung pertama kali ke “Rasa *Bakery & Cafe*” kurang memperhatikan es krim ini. Menurut survei dilapangan, kebanyakan orang yang datang ke “Rasa *Bakery & Cafe*” kurang mengetahui keberadaan es krim tersebut karena kurang di publikasikan dan tidak terlihat menonjol dibandingkan dengan produk lain yang diproduksi oleh “Rasa *Bakery & Cafe*”. Pemiliknya-pun kurang memperhatikan promosi es krimnya dengan alasan belum terpikirkan. Maka dari itu penulis ingin mengangkat kembali warisan jaman Belanda tersebut supaya es krim ini mempunyai identitas yang jelas dan dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis sehingga banyak orang dapat merasakan kelezatan es krim ini. Berdasarkan hal-hal diatas penulis mengambil topik rancang ulang identitas grafis es krim “Rasa” sebagai tugas akhir mahasiswa DKV.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Menjamurnya cafe es krim di Bandung membuat konsumen ingin terus mencoba hal yang baru. Jika kompetitor memiliki produk yang lebih unggul, maka konsumen akan beralih ke produk terbaru. Es krim “Rasa” sebagai produk yang sudah lama berdiri harus bersaing dengan kompetitor baru yang menyajikan produknya dengan lebih modern dan menarik. Salah satu cara untuk

mempertahankan es krim tersebut adalah dengan merancang ulang identitas grafis produk tersebut sehingga dapat terus mendapat tempat di hati para penikmat es krim terutama keluarga.

Beberapa permasalahan yang harus diselesaikan meliputi:

- Bagaimana merancang ulang visual grafis identitas es krim “Rasa” agar memiliki ciri khas supaya menjadi es krim untuk keluarga?

Ruang lingkup yang akan dikerjakan penulis adalah membuat logo tersendiri untuk es krim tersebut sehingga produk ini memiliki identitas yang jelas sehingga menjadi produk unggulan di “Rasa *Bakery & Cafe*”. Beberapa desain pendukung yang akan dibuat adalah: kemasan, *gimmick*, dan beberapa media promosi sebagai pendukung.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari rancang ulang identitas grafis es krim “Rasa” adalah:

- Memberikan identitas yang jelas kepada es krim “Rasa” sehingga produk ini dapat menjadi es krim untuk keluarga dengan cara memberikan visual grafis yang bernuansa akrab, ramah, dan *familiar* untuk es krim tersebut.

1.4 Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis meliputi:

1.4.1.1 Data Primer

Data ini didapat melalui wawancara dengan pihak terkait melalui Bapak Andre sebagai *manager* “Rasa Bakery & Cafe”. Observasi dan survei lapangan ke berbagai tempat penjualan es krim lain di Bandung juga dilakukan sebagai referensi untuk bahan penulisan ini.

1.4.1.2 Data Sekunder

Data ini didapat melalui media penghubung bukan langsung dari sumber terkait seperti buku, internet, majalah, jurnal, dan beberapa fakta lapangan.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis meliputi:

1.4.2.1 Observasi

Penulis mengamati dan menyimpulkan beberapa kegiatan yang terkait di “Rasa Bakery & Cafe” seperti mengamati pekerjaan yang dilakukan karyawan dan melihat bagaimana es krim tersebut di produksi. Setelah itu penulis mengamati dan mempelajari produk es krim tersebut. Penulis juga membeli dan mengamati beberapa produk lain yang sejenis untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, kemudian membandingkannya dengan es krim “Rasa”.

1.4.2.2 Survei

Survei dilakukan terhadap beberapa responden dengan cara membagikan angket untuk mengetahui beberapa hal yang penting, baik yang berhubungan dengan es krim “Rasa” maupun kompetitornya.

1.4.2.3 Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui beberapa informasi yang penting tentang produk tersebut maupun tentang perusahaanya sendiri agar memudahkan penulis menentukan langkah selanjutnya dalam mendesain. Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan produk pesaing lainnya.

1.4.2.4 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan penulis untuk menambah pengetahuan tentang beberapa hal yang diperlukan untuk mendesain melalui buku, majalah, koran, dan internet.

1.5 Skema Perancangan

