

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung dikenal sebagai kota dengan sejuta ragam sajian kuliner yang menarik seperti kuliner tradisional, modern dan percampuran antara keduanya. Beberapa jenis produk kuliner Bandung merupakan makanan yang biasanya digunakan sebagai makanan pokok, atau lauk-pauk dan jajanan. Salah satu jajanan tradisional khas Bandung yang digemari adalah kue surabi. Jajanan ini berbahan dasar tepung beras dan santan yang dibakar diatas kayu bakar dengan menggunakan alat tradisional yaitu tungku dan cetakan khusus dari tanah liat. Kue surabi pada umumnya ada tiga jenis, yaitu dinikmati dengan rasa manis dengan menggunakan cairan gula merah atau kinca, dinikmati dengan rasa pedas menggunakan oncom, dan bisa juga dinikmati dengan rasa asin yang dicampur dengan telur.

Begitu banyaknya penjual surabi di seluruh pelosok Bandung membuat para produsen surabi terus mengembangkan kreativitas dalam pembuatan surabi. Kreativitas pembuatan surabi dipelopori oleh Surabi Imut yang berada di Jalan Setiabudi No 194, Bandung. Surabi Imut memelopori pembuatan surabi kreatif yaitu mengolah surabi yang bisa disantap dalam berbagai macam olahan rasa, dari penyajian surabi tradisional hingga surabi dengan *topping* modern yang bermacam-macam. Karenanya, Surabi Imut menjadi salah satu ikon makanan kreatif di Bandung yang memiliki percampuran budaya tradisional dan modern.

Produk yang kreatif tentunya harus dibarengi oleh identitas visual yang menarik dan mudah diingat, karena identitas visual merupakan salah satu hal terpenting dalam *branding*. Dimana *branding* adalah kegiatan untuk menekankan secara jelas apa yang membuat produk yang dijual produsen berbeda dan memiliki nilai lebih daripada pesaingnya yang menjadi daya tarik di mata konsumennya, dan kegiatan tersebut mencakup pembuatan identitas visual yang kemudian diterapkan ke dalam media.

Tanpa adanya identitas visual yang menarik dan mudah diingat konsumen tidak mudah untuk membedakan antara produk kreatif yang satu dengan yang lainnya. Pada dasarnya nama Surabi Imut dikenal karena merupakan pelopor pembuat surabi pertama yang menawarkan surabi dalam olahan rasa yang bermacam-macam sebagai menu utama, walaupun hal ini masih tidak diketahui oleh sebagian masyarakat. Kondisi ini perlu diperkuat dengan adanya identitas visual yang baik, terutama untuk menonjolkan kekuatan produk. Tanpa identitas visual yang menarik dan mudah diingat, kelebihan produk yang sudah kreatif menjadi kurang menonjol, termasuk rumah makannya. Dengan identitas yang kuat, Surabi Imut juga dapat lebih menonjol dan berbeda dibanding pesaingnya, mengingat di daerah yang sama juga terdapat tempat makan yang juga menjual surabi.

1.2 Masalah dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas berikut ini akan dipaparkan identifikasi masalah yang muncul dari cuplikan data atau fenomena yang diperoleh dari lapangan, rumusan masalah yang akan ditelaah dan dipecahkan dalam penelitian, dan aspek-aspek atau ruang lingkup yang akan diteliti.

1.2.1 Identifikasi masalah

Sesuai dengan fenomena kejadian dan data di lapangan, berikut ini akan diidentifikasi permasalahan yang muncul yaitu permasalahan yang dapat mengganggu kehidupan manusia baik secara langsung maupun tidak langsung.

1) Identitas visual Surabi Imut masih belum menonjolkan kelebihan dan kekreatifan produk.

- 2) Belum terbentuknya identitas visual Surabi Imut yang mudah diingat oleh konsumennya dan menampilkan citra kuliner khas Bandung.
- 3) Produk yang dijual oleh Surabi Imut sebagai pelopor pembuat surabi kreatif, mirip dan sejenis dengan pesaing-pesaingnya.

1.2.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi berikut ini akan dirumuskan pokok-pokok masalah yang akan dibahas dan dipecahkan:

- 1) Upaya apa saja yang dapat ditempuh untuk membuat identitas visual Surabi Imut menjadi lebih menarik dan mudah diingat konsumen?
- 2) Bagaimana cara menonjolkan Surabi Imut sehingga memiliki nilai lebih sebagai makanan khas Bandung?
- 3) Bagaimana menampilkan produk Surabi Imut agar berbeda dengan para pesaingnya?

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok persoalan yang dirumuskan dalam rumusan masalah berikut ini akan dipaparkan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah hasil yang ingin diperoleh setelah masalah dibahas dan dipecahkan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan langkah-langkah yang tepat untuk ditempuh sebagai upaya untuk membuat identitas visual Surabi Imut menjadi lebih menarik dan mudah diingat konsumen;
- 2) Menjabarkan upaya yang tepat untuk ditempuh sebagai upaya cara menonjolkan Surabi Imut sehingga memiliki nilai lebih sebagai makanan khas Bandung;
- 3) Membuat tampilan produk Surabi Imut berbeda dengan para pesaingnya.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, antara lain sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer didapat dari wawancara kepada pemilik perusahaan dan kuisisioner terhadap 100 orang usia 16-30 tahun, dan observasi sebagai partisipan aktif maupun non aktif.

2) Data Sekunder

Data sekunder didapat dari studi pustaka pada buku terkait, majalah, dan internet mengenai teori-teori terkait dan mengenai desain yang sudah ada.

1.5 Skema Perancangan

Dalam penelitian ini dilakukan tahap-tahap atau langkah-langkah yang runtun, terurut, sistematis, kronologis dan berkesinambungan mulai awal penelitian sampai dengan akhir penelitian yaitu dihasilkannya karya yang akan dikomunikasikan kepada target atau audience yang ditentukan. Berikut ini akan ditampilkan bagan/ skema/ alur proses/ pemetaan/ perancangan dan pendesainan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

SKEMA PERANCANGAN

