

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah sebuah Negara yang dikenal memiliki cita rasa makanan yang enak dan beragam dimata dunia. Indonesia termasuk negara terbesar kedelapan di Asia dan terbesar kelima belas diseluruh dunia, membuat Indonesia memiliki beragam kebudayaan serta sumber daya alam yang sangat berlimpah. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia menciptakan makanan yang lezat dan bahkan dikenal hingga luar negeri seperti sate, nasi goreng, bakso, dan rendang yang juga sempat masuk kedalam makanan terbaik dunia. Bandung merupakan salah satu kota besar yang ada di Indonesia juga memiliki beragam hidangan makanan yang memiliki ciri khas, diantaranya seperti surabi, mie kocok Bandung, lotek, dan masih banyak lagi. Selain memiliki makanan yang enak dan beragam, Kota Bandung juga memiliki suasana yang adem serta beberapa tempat wisata yang membuat Bandung menjadi salah satu kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari dalam negeri bahkan hingga luar negeri.

Bandung juga merupakan tempat wisata kuliner. Sebagai tempat yang memiliki banyak wisata kuliner, sebuah UMKM memiliki daya saing yang cukup tinggi dalam menjalankan usahanya. Maka dari itu identitas pada sebuah usaha menjadi sangat penting. Identitas *brand* atau merek merupakan suatu hal penting yang membentuk identitas pembeda dan mengingatkan konsumen dengan merek tersebut. Identitas merek memiliki elemen – elemen seperti logo, desain, warna, dan lain – lain. Menurut Hubspot, identitas merek adalah apa yang ingin perusahaan berikan kepada target audiens, beberapa aspek yang ingin diberikan seperti *value* yang dimiliki perusahaan, cara mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Logo menjadi salah satu elemen penting dalam identitas *brand* dan bisa dibilang logo menjadi garda terdepan atau wajah dari suatu *brand*. Logo yang terlihat profesional dan sesuai konsep usaha akan lebih menarik dan membuat audiens percaya kepada usaha tersebut. Sekitar 73% konsumen cenderung memiliki kepercayaan, serta akan membeli produk atau jasa dari merek yang mereka ketahui, dan berdasarkan data dari Zippia, sekitar 75% masyarakat mengenal sebuah merek dari logonya (Situs: MyRobin).

Waroeng Bebek Ngarasan berada di Jl. Tubagus Ismail Raya, No. 21, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40134. Waroeng Bebek Ngarasan merupakan salah satu UMKM di Kota Bandung yang menjual produk makanan berat dengan menu Bebek Oven Ngarasan sebagai menu favoritnya. Restoran ini memiliki karakter unik dengan konsep *vintage* yang terasa kuat, terlihat dari dekorasinya yang didominasi oleh warna-warna pastel dan penggunaan furnitur antik yang memberikan sentuhan klasik.



Gambar I.1. Logo Waroeng Bebek Ngarasan
Sumber: Data Pribadi

Logo Waroeng Bebek Ngarasan jika dilihat termasuk jenis logo *pictorial mark* yang mengandalkan ikon, ikon logo Waroeng Bebek Ngarasan menampilkan sebuah bebek berwarna merah dan dikelilingi lingkaran hijau. Logo dari Waroeng Bebek Ngarasan kurang terlihat profesional, kurang *memorable* dan banyak penafsiran dari logo tersebut, logo masih kurang mendekati dengan konsep UMKM itu sendiri yaitu konsep yang *vintage* dan kuliner. Ada beberapa kriteria yang membuat sebuah logo itu efektif diantaranya, logo yang sederhana, unik, mudah diingat, sesuai, serba guna dan tahan lama. Logo Waroeng Bebek Ngarasan terlihat sederhana namun tidak memiliki keunikan, karena tidak memiliki keunikan logo Waroeng Bebek Ngarasan tidak *memorable*. Masalah logo ini dapat berpengaruh dalam keberlangsungan dan perkembangan Waroeng Bebek Ngarasan itu sendiri, maka dari itu perlu adanya perombakan logo yang dapat sesuai konsep dan dapat menyampaikan identitas *brand* itu sendiri.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan temuan yang ada pada latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang ada sebagai berikut:

- Logo Waroeng Bebek Ngarasan kurang mencerminkan identitas *brand* atau usaha.
- Waroeng Bebek Ngarasan kurang menonjolkan identitas untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.
- Menurut hasil survey yang dilakukan kepada beberapa orang maupun pemilik usaha Waroeng Bebek Ngarasan merasa logo yang digunakan saat ini terlihat kurang menarik.
- Logo Waroeng Bebek Ngarasan tidak *memorable* dan memiliki penafsiran lain.
- Waroeng Bebek Ngarasan memiliki identitas visual yang tidak konsisten.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah yang dapat dikaji adalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang ulang logo Waroeng Bebek Ngarasan sesuai konsep usaha agar masyarakat dan pemilik dapat memahami identitasnya.

I.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut :

- Batasan Objek
Batasan objek pada Perancangan ini akan berfokus pada identitas Waroeng Bebek Ngarasan.
- Batasan Subjek
Dalam Perancangan ini subjek dibatasi pada target audiens dari Waroeng Bebek Ngarasan, yaitu kalangan pekerja dan keluarga dengan rentan usia 20 hingga 40 tahun.

- **Batasan Tempat**

Perancangan ini akan difokuskan pada Waroeng Bebek Ngarasan yang berada di Jl. Tubagus Ismail Raya No. 21, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40134.

I.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan hasil dari pemaparan sebelumnya, ditentukannya tujuan dan manfaat dari perancangan identitas visual Waroeng Bebek Ngarasan melalui media logo. Berikut tujuan dan manfaat perancangan.

I.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan identitas visual melalui logo pada Waroeng Bebek Ngarasan ialah menciptakan logo baru yang memiliki keunikan dan sesuai dengan konsep usaha itu sendiri, yaitu *vintage*. Serta menciptakan logo yang mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga tidak terbentuknya kesalahan penafsiran pada logo tersebut. Tidak hanya untuk meningkatkan dari segi keindahan visual, namun logo dapat mengikuti perkembangan zaman dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Ada beberapa manfaat yang akan terbentuk dari perancangan identitas visual berupa logo pada Waroeng Bebek Ngarasan, diantaranya sebagai berikut.

1. Waroeng Bebek Ngarasan memiliki identitas visual baru yang lebih terlihat menarik, dengan logo yang terlihat lebih unik dan sesuai dengan konsep usaha.
2. Waroeng Bebek Ngarasan membangun identitas visual yang lebih kuat dan dapat bersaing dengan kompetitor lain, terutama yang ada di kota Bandung.
3. Membangun kepercayaan dan ketertarikan lebih kepada masyarakat.

Dari sisi akademis, perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan tambahan kepada bidang desain grafis, dengan menyediakan data dan analisis yang dapat digunakan untuk penelitian dan pengajaran di masa depan khususnya terkait dengan studi kasus perancangan ulang identitas visual bagi UMKM melalui media logo.

Perancangan logo Waroeng Bebek Ngarasan tidak hanya bermanfaat bagi segi bisnis, melainkan juga memberikan nilai tambah bagi pendidikan mahasiswa dan pengembangan ilmu desain grafis.