

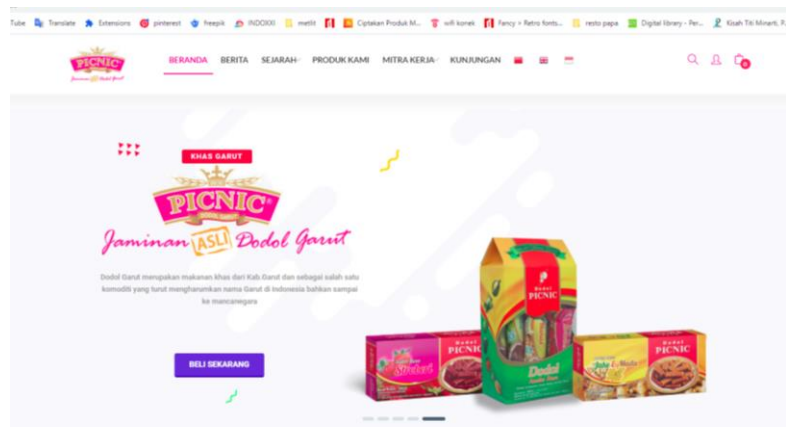
BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Makanan dapat dijadikan salah satu ciri khas yang dimiliki setiap daerah, umumnya. sebuah makanan daerah mencerminkan karakter dari daerah tersebut, adanya makanan daerah di Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki beragam suku dan budaya, hal ini membuat Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman dari olahan makanan yang menjadi sebuah ciri khas dari daerah itu sendiri atau yang disebut dengan makanan khas daerah.

Salah satu *brand* dodol yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah “Dodol Picnic Garut”, yang diproduksi dan dinaungi oleh PT. Herlinah Cipta Pratama. PT. Herlinah Cipta Pratama adalah perusahaan yang bergerak pada ranah industri makanan serta perdagangan umum. Perusahaan tersebut telah memproduksi produk Dodol Picnic Garut dalam berbagai varian rasa mulai dari rasa original yang sangat diminati, rasa susu, coklat serta wijen yang juga diminati dan varian rasa buah-buahan yang dikemas dalam kemasan yang berbeda. Pangsa pasar Dodol Picnic Garut ini bukan hanya disebarkan di wilayah Indonesia, namun telah disebarkan pada negara-negara tetangga seperti, Malaysia dan Singapura.

Meski memegang *brand* dodol terlama di Jawa Barat, konsistensi terhadap identitas yang dimiliki oleh Dodol Picnic Garut ini kurang terlihat. Seperti pada *Website* Dodol Picnic Garut yang menggunakan logo bermahkota, pada kemasan Dodol Picnic varian *classic* menggunakan huruf P yang berada di dalam segitiga sama sisi dan pada kemasan *special gift sachet* yang menggunakan logo modern, perpaduan antara huruf P dan symbol tanaman padi.



Gambar I.1 Logo Dodol Picnic Garut Pada Website

Sumber: Screenshoot pada Website <https://picnicdodolgarut.com/> (Diakses pada 23/04/2021)



Gambar I.2 Logo Pada Kemasan *Special Gift Sachet*

Sumber: <https://picnicdodolgarut.com/upload/2019/09/PICNIC-Gift-Mini-Aneka-Rasa-e1569638362253.png> (Diakses pada 23/04/2021)



Gambar 1.3 Logo Pada Kemasan *Classic*

Sumber [https://id-test-](https://id-test-11.slatic.net/p/60aa27fdd5c9131d78bf0359239e05f2.jpg_720x720q80.jpg_.webp)

[11.slatic.net/p/60aa27fdd5c9131d78bf0359239e05f2.jpg_720x720q80.jpg_.webp](https://id-test-11.slatic.net/p/60aa27fdd5c9131d78bf0359239e05f2.jpg_720x720q80.jpg_.webp) (Diakses pada 23/04/2021)

Berdasarkan gambar di atas, maka bisa dipastikan bahwa Dodol Picnic Garut memiliki permasalahan pada konsistensi penggunaan logo pada setiap media pengaplikasiannya terutama pada setiap varian kemasan. Selain tidak konsisten pada pengaplikasian logo, Dodol Picnic juga tidak memiliki inovasi yang signifikan dari tahun ke tahun, munculnya pesaing baru membuat penjualan Dodol Picnic menurun bahkan dalam inovasi resep *dol.choc* yang dilakukan.

Akan tetapi meski memegang *brand* dodol terlama di Jawa Barat, konsistensi terhadap identitas yang dimiliki oleh Dodol Picnic Garut ini kurang terlihat. Seperti pada setiap varian kemasan yang dikeluarkan memiliki identitas yang berbeda-beda. Sehingga menciptakan beberapa identitas bahkan dalam naungan satu *brand*.

Oleh karena itu perlu dibuat ulang identitas dari Dodol Picnic Garut agar identitas dari *brand* dodol ternama bisa menjadi lebih konsisten, sehingga khalayak akan lebih mengenal dan lebih dekat dengan *brand* dodol ternama Dodol Picnic Garut. Pembuatan ulang identitas Dodol Picnic Garut itu sendiri perlu digunakan agar memiliki citra yang lebih baik, memiliki identitas yang mudah diingat oleh khalayak dengan visual yang

lebih sederhana namun mampu mengangkat unsur-unsur penting yang berhubungan dengan Dodol Picnic seperti Kota Garut dan karakteristik dari dodol itu sendiri. Pembuatan dodol ini pun tidak mengubah keseluruhan namun melakukan penyederhanaan visual dari logo sebelumnya.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, identifikasi masalah tersebut dituangkan dalam poin - poin sebagai berikut.

- Konsistensi penggunaan identitas pada tiap kemasan terlihat masih kurang.
- Perbedaan identitas yang digunakan pada beberapa kemasan dan *Website* terlihat sangat berbeda.
- Unsur yang terdapat pada logo saling beradu dominan sehingga susah untuk diingat
- Adanya pesaing yang muncul dengan identitas yang lebih menyesuaikan dengan zaman.
- Menurunnya penjualan Dodol Picnic karena adanya pesaing.

I.3. Rumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah diatas, maka perancang menentukan rumusan masalah sebagai berikut.

- Bagaimanakah merancang ulang identitas visual Dodol Picnic Garut agar lebih konsisten pada setiap aplikasinya, mampu dengan mudah diingat oleh khalayak serta memberikan citra baru yang lebih baik untuk terus bertahan pada bidang kuliner khususnya dodol dengan munculnya persaingan dari berbagai *brand* lain?

1.4. Batasan Masalah

Untuk menghindari pengambilan data yang berkepanjangan maka penulis memberikan batasan masalah dalam pengambilan data. Batasan masalah dalam pengambilan data adalah sebagai berikut. Batasan objek yang diteliti adalah identitas Dodol Picnic Garut. Batasan waktu untuk pencarian data diperlukan waktu selama 1 tahun dimulai bulan September 2020 dari pencarian data hingga September 2021 untuk menyelesaikan penyusunan laporan data akhir. Batasan wilayah yang akan dijadikan sebagai tempat pengumpulan data adalah wilayah Garut.

1.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan konsistensi penggunaan identitas pada setiap media yang digunakan sebagai bahan promosi oleh pihak Dodol Picnic Garut, seperti pada kemasan, sosial media, *website* serta gerai penjualan Dodol Picnic agar pelanggan Dodol Picnic Garut bisa lebih dekat mengenali *brand* ini serta memiliki identitas yang benar-benar konsisten sebagai produk dodol terlama di Jawa Barat. Perancangan ini juga bertujuan agar Dodol Picnic memiliki identitas yang lebih sederhana lagi sehingga pengaplikasian akan lebih mudah terhadap berbagai media.

1.5.2. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan ini adalah *brand* Dodol Picnic sebagai *brand* legendaris mendapatkan identitas tetapnya di setiap media yang digunakan baik dari sisi promosi, pengemasan dan *merchandise*. Perancangan ini sangat berguna untuk *brand* lama seperti Dodol Picnic Garut untuk tetap mempertahankan eksistensi di tengah masyarakat. Oleh karena itu, perancangan ulang identitas Dodol Picnic ini tidak akan mengubah secara keseluruhan untuk mempertahankan citra yang telah lama dibangun oleh pihak Dodol Picnic, perancangan ulang identitas akan dilakukan untuk menyederhanakan bentuk visual agar lebih sederhana agar lebih mudah untuk diingat oleh khalayak, bukan hanya pelanggan tetap, namun juga oleh pelanggan awam terhadap produk Dodol Picnic.