

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Identitas merupakan gambar atau jati diri seseorang yang membedakan setiap manusia dengan sesama manusia yang lainnya. Identitas juga dimiliki oleh setiap perusahaan karena untuk membangun citra *branding* dan karakteristik unik yang membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebuah identitas perusahaan perlu mencakup nilai-nilai, visi dan misi perusahaan, budaya perusahaan, gaya komunikasi logo, dan makna setiap unsur elemen visual pada logo agar dapat dipahami oleh masyarakat luas. Suatu perusahaan juga membutuhkan kemasan yang unik karena melalui desain kemasan dapat menjadi salah satu alat utama untuk membangun identitas visual yang lebih baik dan lebih mewakili sifat perusahaan. Melalui desain kemasan yang menarik, konsisten, dan menonjol dapat membantu suatu brand agar brand dapat terlihat lebih mencolok jika disandingkan dengan brand sejenisnya di suatu etalase toko, periklanan ataupun pameran.

Terdapat sebuah perusahaan UMKM yang bergerak dalam bidang makanan yang menjual berbagai jenis kue kering, kue basah, kek, dan *pastry* di kota Bandung yang masih memerlukan desain identitas logo dan kemasan yang lebih baik dan perlu diperbaharui. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan Non PKP (Non Perusahaan Kena Pajak) yang sudah memiliki sertifikat izin PIRT (Perusahaan Industri Rumah Tangga) oleh dinas kesehatan kota Bandung dan sudah berdiri lama di Bandung yang bernama Borodino. Borodino berlokasi di Jalan Cendana No. 8 RT 7/6 Cihapit, Bandung, Jawa Barat Indonesia. Perusahaan kue ini didirikan oleh Hermiatun Pudjawati yang membuat serta menjual berbagai macam jenis kue kering. Sekarang tidak hanya lagi kue kering yang dijual, perusahaan Borodino memiliki target pencapaian yaitu ingin merambah ke jenis kue basah seperti pastri, pasta, bolu, dan sejenisnya.

Pada awal perusahaan Borodino didirikan, Borodino hanya menjual produk kue kering dan sejenisnya kepada kerabat dekat, tetangga di lingkungan sekitar, dan sanak saudara. Akan tetapi karena omset Borodino sudah meningkat, mulai

merambah ke area penjualan yang lebih luas. Produksi kue borodino saat ini bisa mencapai kurang lebih 200 lusin pada saat hari-hari raya besar nasional di Indonesia. Karena penjualan mencakup area yang lebih luas lagi, permintaan akan desain kemasan untuk perusahaan Borodino menambah seiring dengan semakin berkembangnya perusahaan Borodino tiap tahun dan permintaan (*demand*) meningkat, sehingga muncul kebutuhan akan desain kemasan yang dapat mewadahi permintaan-permintaan yang lebih banyak lagi. Seperti contoh karena meningkatnya kebutuhan akan desain kemasan pada hari-hari raya nasional, area pembelian yang lebih luas, dan konsumen tidak hanya membeli satu produk kue saja. Diperlukan adanya pembaharuan pada kelemahan desain kemasan hampers Borodino yaitu: (a) belum mewakili sifat perusahaan, (b) desain pada kemasan hampers Borodino masih polos, (c) belum memiliki unsur visual yang unik dan menarik yang merepresentasikan perusahaan Borodino, dan (d) belum dicantumkan logo perusahaan. Kemasan hampers berfungsi sebagai kemasan produk kue Borodino yang didistribusikan pada hari-hari raya besar di Indonesia yang dijadikan hadiah atau souvenir pada hari raya Imlek, Lebaran, dan Natal. Selain kemasan, logo pada perusahaan Borodino pun masih belum mewakili sifat dan visi misi perusahaan Borodino seperti ilustrasi bunga pada logo Borodino yang masih terlihat ambigu dan keterbacaan teks pada logo yang masih kurang jelas.

I.2. Identifikasi Masalah

Berikut yang menjadi faktor permasalahan yang dialami perusahaan kue Borodino pada saat ini:

- Permasalahan pada identitas logo perusahaan kue Borodino dari segi visual yang perlu diperbaharui lagi yang lebih mewakili sifat, visi misi, dan ciri khas perusahaan.
- Perusahaan kue Borodino perlu desain logo yang konsisten, seperti ilustrasi *logogram* bunga yang masih ambigu dan kurang mewakili identitas perusahaan Borodino dan keterbacaan pada *logotype* Borodino yang masih kurang jelas.

- Berdasarkan latar belakang masalah perusahaan kue Borodino, Selain permasalahan pada logo Borodino, desain ulang perlu diterapkan pada desain kemasan hampers untuk acara hari-hari besar nasional Indonesia. Pada hari raya seperti Lebaran, Imlek, Natal, dan tahun baru permintaan kue meningkat, maka perlu dimanfaatkan untuk menguatkan posisi produk Borodino di mata pelanggan.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan identifikasi masalah, terdapat rumusan masalah yang perlu dikaji lebih lanjut yaitu apa yang menjadi permasalahan utama pada identitas logo perusahaan kue Borodino dan kemasan hampers yang perlu diperbaharui, dilengkapi, dan dikembangkan lagi agar perusahaan Borodino memiliki identitas logo perusahaan yang baik dan kemasan hampers yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan perusahaan.

I.4. Batasan Masalah

Dengan terdapatnya rumusan masalah yang telah ditemukan, maka dapat ditentukan batasan masalah pada:

- **Batasan subjek**

Batasan subjek dalam perancangan identitas visual produk kue Borodino melalui media logo dan kemasan terdapat pada kalangan masyarakat atau konsumen generasi milenial seperti generasi yang berumur 43-58 tahun dan generasi yang berumur 30-43 tahun. Memiliki tingkat ekonomi kelas menengah ke atas.

- **Batasan objek**

Batasan objek dalam perancangan identitas visual produk kue Borodino melalui media logo dan kemasan terdapat pada identitas logo dan desain kemasan perusahaan kue Borodino yang hanya berlokasi di Jalan Cendana No. 8 RT 7/6 Cihapit, Bandung, Jawa Barat Indonesia.

- **Batasan tempat**

Batasan tempat dalam perancangan untuk identitas visual produk kue Borodino melalui media logo dan kemasan terdapat pada tempat pemasaran perusahaan kue Borodino dilakukan yaitu hanya mencakup wilayah kota Bandung untuk penelitiannya. Kota Bandung merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat yang bisa menjadi contoh untuk dilakukannya penelitian karena banyaknya perusahaan-perusahaan makanan UMKM, dan banyaknya konsumen peminat makanan cemilan berupa kue.

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah, rumusan masalah dan batasan masalah yang sudah ditulis dan dijelaskan sebelumnya. Terdapat tujuan dan manfaat untuk perusahaan kue Borodino:

I.5.1. Tujuan perancangan

Mencari solusi untuk perancangan desain logo dan kemasan Borodino yang baik dan sesuai dengan keinginan perusahaan kue Borodino dan memperoleh informasi dan wawasan lebih banyak lagi mengenai desain logo dan desain kemasan hampers untuk perusahaan yang baik dan benar.

I.5.2. Manfaat perancangan

Berikut yang menjadi manfaat dalam perancangan identitas logo dan kemasan Borodino:

- Perusahaan Borodino memiliki logo perusahaan yang sesuai dengan sifat dan visi misi perusahaan.
- Perusahaan Borodino memiliki kemasan hampers untuk hari-hari raya nasional yang lebih baik dari sebelumnya dari segi visual kemasan, fungsi kemasan, dan manfaat kemasan.