

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki keanekaragaman kuliner yang sangat beragam, hal ini dipengaruhi oleh setiap wilayah dengan karakteristiknya masing - masing. Keberagaman suku, budaya dan tradisi sangat mempengaruhi kekayaan kuliner yang ada. Oleh karenanya, fenomena wisata kuliner menjadi hal yang populer dan memiliki peran vital dalam menarik para wisatawan. Bandung merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang dikenal sebagai salah satu kota kuliner. Kota yang dikenal sebagai *Paris Van Java* ini menawarkan banyak kuliner yang menarik yang dapat dinikmati oleh para pelancong dari berbagai kalangan. Sektor kuliner bukan hanya tempat untuk menikmati makanan lezat, melainkan juga mencerminkan identitas budaya dan keragaman kuliner suatu daerah.

Karena banyaknya kuliner yang ada, Bandung menjadi salah satu wilayah dengan persaingan yang ketat di antara pelaku bisnis. Persaingan di industri kuliner tidak hanya berkaitan dengan rasa, tetapi juga harga, kualitas, layanan, lokasi, dan identitas, yang menjadi faktor utama dalam dinamika dan perkembangan dunia kuliner. Salah satu kuliner yang ada di Bandung adalah mie bakso. Mie bakso adalah hidangan mie yang di gabung dengan bakso dan biasanya disajikan dengan kuah hangat. Di Bandung sendiri bakso bukanlah hal yang sulit di jumpai, hidangan ini tersebar dimana-mana dengan berbagai macam menu yang unik. Di era yang sekarang banyak inovasi yang dilakukan untuk membuat berbagai menu baru dari bakso.

Di tengah persaingan ketat di dunia kuliner, untuk memiliki nilai unik agar dapat diterima dan diingat oleh masyarakat identitas menjadi pilar utama untuk suksesnya sebuah restoran/kedai. Dalam konteks kuliner yang beragam, restoran/kedai harus menonjol dengan identitasnya sendiri untuk membedakan diri dari pesaing. Kedai Mie & Bakso Bejo Lembang adalah salah satu produk kuliner yang ada di wilayah Bandung, tepatnya berada di Lembang. Mie & Bakso Bejo merupakan kedai Bakso yang memiliki berbagai macam menu bakso.



Gambar I. 1 Logo Mie & Bakso Bejo Lembang
Sumber: Arsip Bakso Bejo

Seperti halnya perusahaan lain, kedai ini memiliki logo dengan elemen visual utama yang harus mencerminkan identitas dan pesan yang ingin di sampaikan, namun logo yang ada saat ini tidak memiliki nilai identitas yang jelas. Jika diperhatikan, logo memiliki desain dengan karakter yang sedang memakai peci dengan tulisan “Mie & Baso Bejo” dengan slogan “Rajanya Yamen”. Jika merujuk pada pendapat dari Jefkins (1995) “Logo adalah representasi, gambar atau bentuk visual yang selalu dikaitkan dengan suatu organisasi tertentu sebagai bentuk identifikasi dan sebagai bagian dari identitas perusahaan.” Sebagai bagian dari identitas suatu perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang dapat mengungkapkan isi hati suatu produk atau perusahaan.

Di industri kuliner yang kompetitif ini, sebuah kedai harus dipastikan memiliki identitasnya dengan penggunaan logo yang mendukung tujuan, visi dan misi dari bisnisnya sendiri serta dapat menyampaikan pesan yang mudah dimengerti oleh para konsumen. Menurut Sularko, dkk (2008) dalam buku “How Do They Think,” logo atau *corporate identity* atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Logo dan merek dari Mie Bakso Bejo sangat penting untuk menciptakan identitas visual yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.



Gambar I. 2 Pengaplikasian Logo Mie & Bakso Bejo
Sumber: Arsip Bakso Bejo

Laporan perancangan ini berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul Laporan “Penelitian Desain: Identitas Visual UMKM Mie & Bakso Bejo Lembang”. Pada penelitian tersebut terdapat temuan bahwa desain logo dari kedai Mie & Bakso Bejo tidak dibuat dengan studi desain yang benar sehingga terjadi ketidakkonsistenan pada penerapan logo, seperti perbedaan pada elemen visual, ikon atau simbol serta ketidaksesuaian dalam elemen teks. Hal ini terjadi karena desain logo tidak dibuat menggunakan aturan dan studi desain yang baik. Selain itu sang pemilik kedai merasa bahwa logo yang saat ini sudah mulai usang dan ada keinginan untuk meningkatkan citra dari kedai.

Temuan ini menunjukkan pentingnya peran studi desain yang mendalam dalam pembuatan logo untuk memastikan konsistensi dan kejelasan pesan merek. Rustan (2009) menjelaskan bahwa pengetahuan mengenai identitas visual meliputi aspek-aspek seperti nama perusahaan, logo, *tagline*, palet warna, jenis huruf, dan elemen grafis yang dipilih. Setiap elemen tersebut berperan penting dalam membentuk identitas keseluruhan suatu entitas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya, Rustan (2009) menyoroti pentingnya penerapan identitas visual secara konsisten dalam setiap media yang digunakan. Konsistensi ini memberikan kesan bahwa entitas tersebut memiliki konsistensi dan profesionalisme.

Menurut Dr. Ningky Munir, Senior Core Faculty di PPM School of Management (Okezone, 2008), perubahan logo dilakukan untuk mencerminkan perubahan

budaya dan citra organisasi menuju transformasi positif, menyesuaikan dengan dinamika masyarakat, dan memenuhi keinginan internal untuk memiliki logo yang solid dan merepresentasikan kekuatan merek. Dengan memperbaiki kekurangan desain yang teridentifikasi dan merancang ulang logo dengan pendekatan yang benar, Mie & Bakso Bejo dapat memperkuat identitas merek mereka, meningkatkan daya tarik citra, dan mengkomunikasikan pesan merek dengan lebih efektif kepada konsumen. Dengan identitas yang jelas dapat membawa nilai dari dari kedai Mie & Bakso Bejo ke tingkat yang jauh lebih baik dan citra dari kedai tampak lebih profesional dimata para konsumen yang pada akhirnya berpengaruh pada tingkat penjualan produk.

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dengan konsumen dan memperkuat citra produk, Mie & Bakso Bejo dapat mempertimbangkan untuk merancang ulang logo mereka. Logo yang baru harus menekankan produk utama mereka, yaitu mie dan bakso, dengan menggunakan elemen visual yang jelas dan mudah dikenali sesuai kaidah yang berlaku. Dengan demikian, identitas merek yang konsisten dan profesional akan membantu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya diharapkan dapat berdampak positif pada penjualan produk Mie & Bakso Bejo.

I.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang akan menjadi fokus utama perancangan adalah sebagai berikut:

- Logo tidak konsisten pada aplikasi medianya. Kurangnya konsistensi ini terjadi karena logo tidak dibuat dengan studi desain yang baik dan mengakibatkan logo menjadi tidak konsisten yang di khawatirkan akan membuat kebingungan diantara konsumen.
- Pemilik merasa logo dari kedai sudah mulai usang. Pemilik ingin meningkatkan citra kedainya agar tujuannya untuk mengembangkan produknya dapat tercapai.

I.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut :

- Bagaimana cara meningkatkan konsistensi desain pada identitas visual Mie & Bakso Bejo Lembang dengan studi desain yang baik.
- Bagaimana merancang ulang identitas visual dari UMKM Mie & Bakso Bejo Lembang agar dapat menumbuhkan semangat baru bagi kedai dan meningkatkan citra dari identitas visual yang dianggap sudah usang?

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

- Batasan Objek
Batasan Objek dari laporan perancangan ini akan berfokus pada identitas sebuah Kedai Mie & Bakso Bejo
- Batasan Subjek
Dalam laporan perancangan ini subjek dibatasi pada target *audiens* dari Mie & Bakso Bejo pada kalangan dewasa awal dengan rentang usia 20 – 30 tahun
- Batasan Tempat
Perancangan ini akan difokuskan pada kedai Mie & Bakso Bejo yang berada di Jl. Panorama No.32 Lembang Jawa Barat.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Dalam perancangan ulang identitas visual ini, penulis memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut:

II.5.1 Tujuan Perancangan

Proses perancangan ulang *brand* bertujuan untuk merancang logo UMKM Mie & Bakso Bejo Lembang sesuai dengan kaidah atau studi desain yang baik dan benar agar logo lebih konsisten pada penerapannya dengan harapan dengan perancangan ini bisa membuat sebuah penyegaran yang baru dan meningkatkan citra dari kedai Mie & Bakso Bejo Lembang.

II.5.2 Manfaat Perancangan

Perancangan ulang logo Mie & Bakso Bejo memiliki berbagai manfaat yang diharapkan dapat meningkatkan citra merek dan memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi mahasiswa. Melalui perancangan ini, kekurangan dalam logo lama dapat diidentifikasi dan diperbaiki, mencakup penyesuaian elemen visual, konsistensi desain, dan kesesuaian logo dengan identitas produk. Logo baru diharapkan dapat meningkatkan daya tarik, minat serta pembelian produk. Serta memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip desain grafis yang telah dipelajari secara teoritis. Dengan begitu mahasiswa dapat memahami peran yang dimainkan oleh logo dalam membangun citra dan identitas merek yang kuat.

Dari sisi akademis, hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam bidang desain grafis, dengan menyediakan data dan analisis yang dapat digunakan dalam penelitian dan pengajaran di masa depan khususnya terkait dengan studi kasus perancangan ulang identitas visual untuk UMKM. Dengan demikian, perancangan ulang logo Mie & Bakso Bejo diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi bisnis, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pendidikan mahasiswa dan pengembangan ilmu desain grafis.