BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia kuliner yang berjeniskan tata boga ini, sorabi yang dikenal dengan kata serabi, kini telah berkembang di setiap pelosok daerah. Sorabi adalah makanan asli tradisional Indonesia yang dimana pengolahannya langsung dari tangan asli orang-orang Indonesia, awalnya resep sorabi itu diusulkan oleh orang Tionghoa setelah jaman kemerdekaan. Pada masa dahulu sorabi dikenal hanya sebagai makanan yang tidak pernah bisa berkembang sepanjang jaman, tapi nyatanya jajanan ini mulai bisa menguasai usaha kecil yang siap menyaingi pasar menengah ke atas. (M.Kasim,Rengasdengklok,2011)

Kabupaten Karawang memiliki salah satu tempat sorabi hijau yang sudah terkenal dari mulut ke mulut seputar kualitasnya, terutama di Kecamatan Rengasdengklok yang memiliki banyak tempat pariwisata, sejarah kota maupun pencetus pertama kali adanya sorabi hijau.

Dilihat dari fakta yang ada, walaupun perusahaan sorabi hijau Rengasdengklok lebih awal mengenalkan produknya kepada

masyarakat, kini telah banyak pula produk-produk sorabi hijau lainnya dari dalam maupun dari luar kota Rengasdengklok yang lebih bervariasi, baik itu dari sajian rasanya yang berbeda maupun dari segi identitas yang dikenalkan kepada benak konsumennya. Jika perusahaan hanya mementingkan penjualan produk tanpa melakukan identitas khusus serta pengaplikasian media pendukung lainnya yang lebih meluas lagi secara bersaing, dikhawatirkan penjualan produk untuk jangka waktu kedepannya akan menurun, karena ketidaktahuannya informasi pembeda dari perusahaan bisa mengakibatkan konsumen atau masyarakat lebih memilih produk pesaing yang lebih eksistensi terhadap identitas visual dan produknya.

Identitas (logo) sebenarnya sudah dimiliki oleh perusahaan, namun dari kesesuaian jenis logo perusahaan terhadap geografis kota Rengasdengklok kurang memberikan ciri identitas perusahaan yang berjeniskan wisata kuliner di Jawa Barat. Selain itu, ketetapan identitas (logo) yang di aplikasikan pada seluruh medianya terbilang masih kurang konsisten, sebuah konsistensi diperlukan yaitu agar konsumen bisa benar-benar membedakan produk asli perusahaan sorabi hijau Rengasdengklok produksi M.Kasim dengan kompetitor

sejenis lainnya yang masing – masing memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik perhatian para konsumennya.

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk memenuhi segala tujuan target dari sorabi hijau Rengasdengklok sendiri, sering mengalami kendala dalam meningkatkan usahanya sebagai kebutuhan sehari-hari, diantaranya:

- Tidak konsistennya sebuah pengaplikasian identitas utama (logo) pada seluruh media.
- Kurangnya media pendukung secara meluas terhadap Khayalak sasaran atau target *audience*.
- Semakin banyaknya kompetitor sorabi hijau yang lebih variatif.
- Perusahaan terlalu mementingkan penjualan produk tanpa melakukan identitas khusus yang lebih memiliki sifat bersaing.

1.3. Fokus Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan lebih difokuskan agar bagaimana masyarakat mengenal lebih jauh dan mengingatkan *brand* perusahaan kepada benak masyarakat dari kompetitor sejenis yang memiliki keunggulan tersendiri khususnya di daerah Rengasdengklok.

1.4. Tujuan Perancangan

Agar mempunyai keunggulan tersendiri terhadap citra perusahaan, maka tujuan perancangan akan lebih menitikberatkan pada pengenalan lebih jauh terhadap *brand* sorabi hijau Rengasdengklok produksi M.Kasim dengan kompetitor sejenis, selain memiliki fungsi pengenalan identitas yang lebih khusus, perancangan yang akan dibuat lebih memiliki sifat perancangan desain ulang (re-desain) dari identitas utama (logo) yang sudah ada tanpa meninggalkan ciri yang selama ini dimiliki perusahaan, karena agar perancangan tersebut masih bisa dikenali perubahan atau perancangan ulangnya terhadap konsistensi pengaplikasian media.

Untuk mendukung proses perancangan desain ulang dan pembentukan identitas baru dari sorabi hijau Rengasdengklok dengan tujuan lainnya yaitu untuk menciptakan visual-visual baru yang selalu melibatkan dengan geografis kota Rengasdengkloknya dimata khalayak sasaran, perlu dirancang sebuah materi promosi untuk mengeksistensikan redesain dan pembentukan identitas baru dari sorabi hijau Rengasdengklok tersebut dalam bentuk pengaplikasian media - media pendukung.