BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jawa Barat mempunyai beraneka ragam sajian kuliner yang menarik. Beberapa jenis produk kuliner Jawa Barat merupakan makanan yang biasanya digunakan sebagai makanan pokok, atau lauk-pauk. Sebagian besar produk kuliner yang tak kalah menarik untuk dicicipi adalah golongan *Cangkarang Bongkang* atau jajanan (Yetti Herayati, 1986, 29). Fungsi makanan sampingan yang terdapat di Jawa Barat sendiri, sangatlah beraneka ragam. Beberapa diantaranya bisa digunakan sebagai hantaran untuk bepergian atau untuk dibawa pulang oleh tetamu selepas mengadakan upacara adat tertentu, adapun jajanan yang biasanya menjadi konsumsi lain selain nasi.

Salah satu jajanan tradisional khas Jawa Barat yang terkenal dan digemari adalah kue surabi. Jajanan berbahan dasar tepung dan santan yang dihangatkan diatas kayu bakar dan dikemas menggunakan lipatan daun pisang ini termasuk salah satu yang unik. Kue surabi bisa dinikmati dengan rasa manis dengan menggunakan cairan gula merah atau *kinca*, bisa dinikmati dengan rasa pedas menggunakan *samara*

oncom, dan bisa juga dinikmati dengan rasa asin yang biasanya dicampur dengan telur.

Keunikan cita rasa dari kue surabi masih bisa dinikmati hingga saat ini. Meskipun banyak produsen makanan modern yang sudah menyebar, tak membuat keberadaan kue surabi sebagai makanan khas Jawa Barat teralihkan dari pandangan masyarakat. Bahkan, para penggemar sajian kue surabi, tidak pernah menyerah untuk mencari penjual kue surabi meskipun harus mencari ke setiap sudut kota Bandung.

Banyaknya penjual kue surabi membuat masyarakat tidak perlu merasa kesulitan mencarinya lagi. Salah satu tempat di kawasan Jalan Setiabudi No. 194, Bandung terdapat rumah makan yang menyediakan menu utama kue surabi yaitu Surabi Imut. Surabi imut pun merupakan pelopor rumah makan yang tak hanya menyediakan menu utama surabi, tetapi menjadi pelopor rumah makan yang mengolah penyajian kue surabi yang bisa disantap dalam berbagai rasa. Di sini penikmat kue surabi bisa mencicipi kembali nikmatnya kue surabi yang merupakan jajanan khas Jawa Barat, mulai dari cita rasa tradisional, sampai olahan rasa lain yang mampu menumbuhkan rasa ingin tahu rasanya.

Rumah makan Surabi Imut memiliki tampilan luar yang begitu sederhana, mudah diingat dan terlihat muda. Di lantai bawah,

disediakan meja dengan tempat duduk kursi, sedangkan di lantai atas, disediakan tempat duduk lesehan, sehingga para pengunjung bisa leluasa menikmati sajian surabi sambil bercengkrama bersama.

Identitas visual merupakan salah satu bagian penting dalam *branding*. Dimana *branding* adalah kegiatan mewujudkan *brand* agar janji produsen bisa tersampaikan dan menjalin loyalitas konsumen terhadap produsen, dan kegiatannya mencakup pembuatan identitas visual kemudian penerapannya kedalam media.

Tanpa adanya identitas visual, surabi tradisional memang dikenal karena nama makanannya. Akan tetapi tidak bisa membedakan antara produk yang satu dengan produk lannya. Pada dasarnya Surabi Imut telah dikenal karena merupakan penjual surabi pertama yang menawarkan olahan rasa yang berbeda-beda sebagai menu utama. Dimulai dari standar dasar rasa, yaitu asin dan manis. Yang secara khusus merupakan pengembangan rasa kinca dan samara. Pengembangan disini lebih pada memberi varian rasa manis melalui rasa-rasa lain yang dikenali oleh masyarakat. Kondisi ini perlu diperkuat dengan adanya identitas visual yang baik, terutama untuk menunjukkan produknya. Tanpa pengelolaan identitas visual yang baik, terutama dalam menerapkan identitas visual kedalam beberapa aplikasi media, akan memunculkan kerancuan produk, termasuk rumah

makannya. Mengingat di daerah yang sama juga terdapat tempat makan yang juga menjual surabi. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana merancang identitas visual dengan baik dan sesuai dengan *brand* yang diangkat.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas, dapat ditemukan beberapa permasalahan, diantaranya:

1. Konsumen masih merasa asing terhadap hasil pengembangan surabi yang dilakukan oleh Surabi Imut.
2. Belum terbentuknya identitas visual yang bisa dengan mudah dijaga konsistensinya oleh Surabi Imut.
3. Adanya dampak yang ditimbulkan oleh kehadiran Surabi Imut selaku pengembang brand surabi terhadap surabi lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka diperlukanlah suatu tindakan perancangan identitas yang bisa menyelesaikan permasalahan yang dimiliki oleh Surabi Imut. Sehingga, masalah utama yang diangkat adalah: “Bagaimana cara membuat identitas visual Surabi Imut yang menarik dan mudah diaplikasikan kedalam beberapa media?”

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat identitas yang baru, agar Rumah Makan Surabi Imut bisa dengan mudah menggunakan dan mengaplikasikan identitas visual secara terus-menerus secara konsisten.