BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bandung adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia yang sering juga di sebut sebagai kota kembang. Bandung juga dikenal sebagai kota wisata kuliner. Potensi kuliner khususnya restoran dan rumah makan yang begitu banyak dan sangat populer. Sehingga tidak menutup kemungkinan jika produk makanan dari Bandung akan cepat terkenal hingga menjadi favorit masyarakat. Berbicara tentang kuliner, bandung kini sedang ramai dengan restoran yang bernuansa masakan bebek, Banyak orang yang bersaing membuat restoran dengan cara mengolah bebek menjadi makanan yang nikmat dan di tata menarik, antara lain Bebek Garang, Bebek Van Java, The Duck King, dan lain-lain. Perusahaan tersebut berlomba membuka restoran dan siap bersaing dengan pesaing lainnya.

Bebek Garang merupakan salah satu rumah makan yang saat ini banyak dikunjungi oleh masyarakat luas, garang tersebut di ambil dari slogan yang dipakai yaitu “Segar Merangsang” menyajikan daging bebek dengan berbagai macam rasa. Bebek garang ini dikelola oleh Bagus Ali Antra , Membuka *outlet* pertamanya berupa gerobak di jalan Dago Bandung pada tanggal 26 Juli 2008 dengan konsep pujasera, kemudian bebek garang memberanikan diri untuk keluar dari pujasera untuk membuka rumah makan sendiri di Jalan Kyai Luhur Bandung sebelum menempati *outlet* permanen pertamanya di Jalan Sulanjana 19 dan kemudian di jalan Braga 34. Bebek garang menyajikan makanan daging bebek sebagai menu utamanya, produk ini diproduksi secara umum seperti pemotongan bebek lalu di ungkep dan cara pengembangannya dengan racikan-racikan yang baru dan khas dari restoran ini seperti bebek debus, bebek america, bebek kagok negro dan banyak lagi.

Kemasan bebek garang berbentuk persegi empat, penutup pada kemasan mudah terbuka sehingga, visualisasi yang di tampilkan pada kemasan sulit dimengerti

oleh para konsumen, tidak adanya produk unggulan bebek garang yang di tampilkan sebagai pencitraan produk pada kemasan,

Dengan permasalahan yang ada, perlu adanya perancangan ulang pada kemasan, tanpa menghilangkan keseluruhan dari *image* Restoran Bebek Garang yang sudah ada pada benak masyarakat, sehingga masyarakat masih mengetahui bahwa kemasan tersebut adalah kemasan yang di sediakan oleh bebek garang.

I.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan tersebut maka dirumuskan masalah penelitian berikut :

- Penutup pada Kemasan mudah terbuka
- Visualisasi yang di tampilkan pada kemasan sulit dimengerti oleh para konsumen
- Tidak tampaknya menu unggulan pada kemasan
- Bentuk kemasan kurang menarik

I.3 Fokus Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam fokus masalah yaitu :

"Bagaimana merancang sebuah kemasan yang informatif dan memaksimalkan fungsi kemasan serta membuat aturan dan panduan yang jelas agar identitas bebek garang terbentuk dengan baik dan dapat memberi pengaruh positif kepada perusahaan".

I.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan fokus masalah diatas, adapun tujuan dari perancangan media identitas produk terkait kemasan, yaitu :

- Membuat kemasan yang sesuai dengan produk agar dapat digunakan seefektif mungkin

- Membuat desain kemasan yang menarik yang diharapkan dapat meningkatkan citra produk
- Menyampaikan informasi dengan tepat pada sasaran khususnya kepada para konsumen