BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Raja Luwak adalah salah satu merek terdaftar produsen kopi luwak di kota Liwa, provinsi Lampung Barat. Sudah Sembilan tahun Gunawan Supriadi sebagai *leader* menekuni usaha dibidang kopi luwak, usahanya terus berkembang seiring berjalannya waktu. "Raja Luwak" memiliki reputasi yang teramat baik dalam menghasilkan produk kopi luwak, proses pengolahan dari biji kopi pilihan terbaik yang telah melalui serangkaian proses fermentasi dalam sistem pencernaan binatang luwak *(Paradoxurus Hermaphroditus)*, menjadi modal penting untuk menunjang citra produsen pengelola kopi luwak, seperti halnya "Raja Luwak". Sampai saat ini kopi luwak *(civet coffee)*, sudah menjadi produk kebanggan Indonesia, keunikan proses pembuatan dan cita rasa yang khas membuat kopi luwak sangat digemari para penikmat dan pencinta kopi. Tidak mengherankan untuk harga dan pemasaran kopi luwak melambung tinggi.

Lampung Barat dikenal sebagai sentra kopi luwak budidaya. Gunawan Supriadi sebagai pemegang nama "Raja Luwak" memaparkan, meskipun sudah mempunyai nama yang cukup besar dan dikenal berbagai kalangan tidak sepenuhnya mempermudah persaingan pasar saat ini, usaha kopi luwak yang dirintis Gunawan Supriadi masih terbilang usaha skala menengah dibandingkan dengan kompetitornya yang terlebih dulu berkecimpung dalam perbisnisan kopi luwak dengan skala yang lebih besar. Cabang usaha yang tersebar luas serta metode pemasaran yang terorganisasi, memiliki modal pengetahuan dan pengalaman, para kompetitor mudah menggapai pasar sasaran, terlebih lagi teknologi memegang peranan penting sebagai sarana promosi dan juga memperkuat *brand image.*

Di dalam dinamika pasar yang kompetitif, merek mempunyai peran yang sangat penting sebagai pembeda. Produk mudah untuk ditiru tetapi sebuah merek, khususnya citra suatu merek yang terekam dalam benak konsumen tidak dapat ditiru. Keunikan merek pada suatu produk yang dapat mencerminkan deferensiasi dan mudah untuk diingat, terutama ingatan tersebut berkaitan dengan atribut utama yang ditonjolkan, memiliki daya pembeda dan menarik sehingga konsumen

tidak dibingungkan dengan merek kompetitor, identitas produk yang spesial akan medapatkan posisi tertentu dalam persaingan peran logo menjadi sangat vital terutama dalam pembuatan strategi branding sebuah produk karena menaruh kepribadian merek dan sejumlah pesan kedalam sebuah ruang yang terbatas.

Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo merupakan bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsepsi perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi serta merupakan simbol visual yang memiliki bentuk yang berasal dari nilai strategis perusahaan yang bersangkutan. Setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu, menyangkut *Original* dan *Destinctive, Legible, Simple, Memoraable, Easly associated with the company,* dan *Easy adapter for all graphic media* yang digunakan di aplikasikan ke berbagai media, untuk menghindari kesulitan dalam penerapan. (Kusrianto, 2007).

Identitas visual perusahaan tercipta dari bentuk logo itu sendiri. Estetika pada sebuah logo akan berbanding lurus dengan citra karakter perusahaan. Perencanaan dalam estetika logo sebagai bagian dari identitas produk adalah sisi unik dari badan usaha yang menjadi tampilan awal sebagai pencitraan bagi *audiens* sebelum mengenal lebih dalam mengenai sebuah perusahaan.

Perusahaan “Raja Luwak” sebelumnya sudah memiliki logo, akan tetapi logo yang dipergunakan pada saat ini masih kurang berfungsi dengan baik dalam memberikan citra yang melekat pada produk. Pengaplikasian logo yang terdapat pada “Raja Luwak” terbilang sangat sederhana, yang mana logo perusahaan hanya berupa nama perusahaan saja. Hal ini menunjukan ketidaktahuan dan pemahaman produsen “Raja Luwak” terhadap pentingnya logo dan identitas produk dalam sebuah perusahaan. Sudah seharusnya usaha yang telah berdiri selama ini memiliki *image* yang kuat. Maka dari itu perlu dilakukan repositioning perancangan dan pembaharuan logo dengan *brand* yang erat hubungannya dengan “Raja Luwak” untuk lebih menguatkan citra perusahaan di khalayak pasar.



Gambar I.1 Logo Raja Luwak
Sumber: Pribadi (2016)

Hal tersebut yang melatar belakangi didesainya logo baru "Raja Luwak" dan pengaplikasiannya untuk menunjang penguatan citra pada produk Kopi Raja Luwak untuk kedepannya, serta lebih menonjolkan identitas sebagai pelopor Kopi Luwak di Lampung Barat.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah dalam penyusunan penelitian ini, yaitu:

- Terkendalanya dalam membentuk citra identitas.
- Penerapan logo pada saat ini belum dapat mengangkat citra produk sebagai produk yang berkelas.
- Ketidak tahuan tentang pemahaman desain bagi sebuah produk.
- Lemahnya penerapan estetika pada logo "Raja Luwak"
- Logo yang dikenakan "Raja Luwak" untuk saat ini terlihat sederhana hanya berupa nama perusahaan saja.

I.3 Rumusan Masalah

Setelah identifikasi masalah diatas diketahui, maka terdapat rumusan dari masalah tersebut, yaitu:

- Bagaimana menciptakan identitas visual berupa logo pada produk Kopi Raja Luwak untuk menunjang citra identitas yang kuat di Lampung Barat.
- Bagaimana mengaplikasikan logo pada media yang akan digunakan yang nantinya dapat membantu pruduk kopi Raja Luwak lebih dapat diterima di khalayak sasaran.

I.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah lebih terarah, permasalahan yang dihadapi tidak terlalu meluas, maka terdapat batasan masalah yaitu:

- Perancangan desain logo serta aplikasinya di tujukan kepada audiens dalam dan luar negeri.
- Perubahan logo diperuntuhkan hanya untuk perusahaan “Raja Luwak”
- Lebih di fokuskan pembaharuan pada logo produk yang dipergunakan sebelumnya.
- Redesain hanya mengacu pada unsur bentuk logo alphabet, unsur bentuk benda konkret serta elemen-elemen lainnya.

I.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan pentingnya perancangan berupa logo, yaitu sebagai berikut:

- Menciptakan peluang dalam pasar yang kompetitif
- Meningkatkan citra produk kopi luwak “Raja Luwak”
- Memberikan hasil perancangan dalam bentuk logo serta aplikasinya, untuk seterusnya dapat digunakan oleh pihak perusahaan “Raja Luwak” sebagai acuan agar lebih dikenal di khalayak pasar.