BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Abon merupakan salah satu produk olahan yang sudah dikenal oleh orang banyak dan umumnya abon diolah dari daging, baik daging sapi, ayam, dan sebagainya. Definisi abon adalah suatu jenis makanan kering berbentuk khas, dibuat dari daging, direbus, disayat-disayat, dibumbui, digoreng dan dipres. (Lembaga Standar Nasional Indonesia 1992)

Abon sapi cap. Rajawali, merupakan sebuah makanan khas Ciamis yang berjenis abon yaitu sebuah makanan kering dengan menggunakan bahan dasar daging sapi yang diolah secara manual dengan tangan manusia tanpa bantuan mesin dan menggunakan daging sapi asli dan dicampur dengan bumbu rempah-rempah alami. Abon sapi cap. Rajawali ini pertama dibuat dan diracik oleh Hj. Iloh pada tahun 1968.

Dari hasil riset lapangan yang telah dilakukan pada Desember 2015 hingga Januari 2016 sebelumnya, didapat bahwa beberapa dari kemasan yang telah digunakan oleh abon sapi cap. Rajawali memiliki ketidaksamaan visual. Ketidaksamaan visual tersebut dapat ditinjau dari elemen visual pada setiap kemasan yang terlihat berbeda.



Gambar I.1 Kemasan yang digunakan untuk pengiriman
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2016)

Pada kemasan yang digunakan untuk pengiriman ini identitas visual yang ditampilkan merupakan abon sapi cap. Rajawali dengan ikon dari seorang wanita dengan maksud menunjukan abon sapi tersebut merupakan abon sapi cap. Rajawali buatan Hj. Iloh yang merupakan pendiri perusahaan. Pada kemasan ini juga ditampilkan foto abon sapi pada mangkuk dengan *ornament* daun pisang sebagai pemanis tampilan foto.



Gambar I.2 Kemasan yang digunakan di *outlet*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2016)

Pada kemasan yang digunakan di *outlet*, visualnya lebih menampilkan ikon rajawali dan menonjolkan penulisan nama produk dan menunjukan penulisan yang menyatakan bahwa abon ini merupakan oleh-oleh khas Ciamis.



Gambar I.3 Kemasan yang digunakan di acara *event*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2016)

Pada kemasan yang digunakan pada event, visualnya lebih menggambarkan seorang koki dengan jari yang menunjukan tanda ok dan tulisan lebih menonjol pada bagian abon sapi nya. Perbedaan gambaran yang disampaikan pada setiap kemasan produk diatas menyebabkan inkonsistensinya identitas visual dari produk abon sapi cap. Rajawali.

Hal lain dari abon sapi cap. Rajawali adalah adanya masalah identitas visual pada kemasan produk. Salah satunya dikarenakan produk belum memiliki ciri khas identitas visual yang kuat, adanya inkonsistensi identitas pada kemasan produk abon sapi cap. Rajawali, menyebabkan untuk sulit membangun atau memberikan kepercayaan di benak pelanggannya.

Pada saat ini, sudah banyak perusahaan rumahan yang bermunculan dan juga memproduksi abon sapi. Beberapa dari perusahaan-perusahaan baru tersebut memiliki konsep dan visual perusahaan yang sama atau mirip. Pentingnya membangun atau memperkuat identitas visual pada kemasan ialah karena dengan kemasan konsumen dapat memilih dan menilai perusahaan yang konsisten dalam melayani dan menarik perhatian konsumen. Sehingga pada saat melihat di tempat penjualan konsumen dapat dengan yakin dan percaya untuk tetap memilih abon sapi cap. Rajawali.

Desain kemasan adalah sebuah keilmuan desain yang mengkaitkan berbagai unsur desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengedintifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar. (Merianne Rosner dan Sandra A. Krosve, 2006)

Pada saat ini, mulai banyak pengusaha-pengusaha baru dalam bidang abon sapi di Ciamis. Desain kemasan yang dimiliki dan digunakan oleh banyak pengusaha-pengusaha abon sapi baru tersebut identik sama dengan menggunakan plastik dan label menggunakan cat sablon. Keidentikan model kemasan dapat membuat

konsumen sulit untuk membedakan yang mana merupakan produk dari abon sapi cap rajawali ataupun produk lain.

I.2 Identifikasi Masalah

Dalam latar belakang diatas telah diuraikan tentang abon sapi cap. Rajawali, dan dapa disumpulkan beberapa identifikasi masalahnya yang dituangkan dalam poin-poin berikut ini:

1. Berdasarkan pada kemasan yang telah ditunjukan pada latar belakang, belum ada identitas visual yang kuat dan konsisten pada kemasan produk abon sapi cap. Rajawali
2. Berdasarkan pada inkonsistensinya identitas visual yang ada, sulit untuk membangun atau memberikan kepercayaan di benak pelanggannya.

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan ini adalah:

“Bagaimana cara untuk membangun identitas visual yang berkarakter, kuat, dan konsisten pada kemasan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk abon sapi cap. Rajawali?”

I.4 Batasan Masalah

Batasan untuk rancangan ini, antara lain ialah, daerah cakupan dalam penelitian yang digunakan merupakan daerah sekitar Kota Kabupaten Ciamis. Subjek yang diangkat merupakan identitas visual pada kemasan produk abon sapi cap. Rajawali, dan objeknya merupakan produk abon sapi cap. Rajawali, tempat dan waktu yang digunakan merupakan Ciamis, bulan Oktober 2016 hingga Februari 2017.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Perancangan yang dilakukan bertujuan untuk:

- Menciptakan identitas visual yang khas, konsisten, dan kuat pada kemasan produk abon sapi cap. Rajawali untuk membuat konsumen atau masyarakat tertarik untuk membeli produk abon sapi cap. Rajawali

Manfaat dari perancangan yang dilakukan antara lain untuk:

- Memberikan pembeda dari produk lain bagi para konsumen, sehingga konsumen tidak akan salah pilih produk.