

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Leezat Group adalah industri rumah tangga yang bergerak pada bidang pembuatan kue kering dan kue basah. Mulai dari tahun 2012 Leezat Group telah membuat beberapa tradisional kue dari bahan bahan yang alami. Produk-produk dari Leezat Group sendiri berbagai macam seperti sagon bakar, brownis kering, sultana kismis. Menu utama dari Leezat Group sendiri yaitu sagon bakar yang di kenal pertama kali di Tangerang Selatan. Sagon bakar populer di era tahun 1950 hingga sekarang masih dapat dicari oleh penikmat sagon bakar dan penggemar oleh-oleh. (Hotimah, 2021).

Visi dan Misi dari Leezat Group sendiri yaitu menguasai pasar lokal untuk produk buatan rumah dan sagon bakar mampu bersaing dengan cemilan-cemilan impor sehingga menjadi produk lokal yang memenuhi standar untuk masuk ke pasar global. Alamat dari Leezat Group sendiri terletak di Pamulang Estate, Kelurahan Pamulang Timur, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

pemilik dari Leezat Group sendiri bernama Ibu Irma Husnul Hotimah. Awalnya Ibu Irma Husnul Hotimah tidak pernah terpikirkan bahwa Leezat Group miliknya bisa menjadi berkembang seperti sekarang, sehingga *brand* ini belum memiliki sistem yang di bangun secara professional begitu pula cabangnya yang sudah berjalan. Namun besar harapan dari Ibu Irma Husnul Hotimah untuk bisa menjadikan *brand* ini di kenal sebagai oleh-oleh khas Tangerang Selatan karena

rasa dan cara yang alami dan unik, pembuatan yang secara alami dan menarik Leezat Group memiliki *speciality* yang unik, yaitu mempertahankan cita rasa dan cara pembuatan sagon bakar yang masih tradisional sejak 2012.

Berdasarkan hasil dari 111 responden belum pernah merasakan atau mengenal brand dari Leezat Group dan produk-produknya. 90,1% mengaku belum mengetahui bahwa Leezat Group berasal dari Tangerang Selatan. Penulis juga mendapatkan persepsi negatif dari sebagian besar responden berupa keraguan dan kebingungan terhadap brand dari Leezat Group dengan menganggap *brand* tidak profesional dikarenakan penggunaan identitas visual yang berbeda beda sehingga *value* dari Leezat Group sebagai pelopor makanan oleh-oleh cemilan jadul dari Tangerang Selatan belum tersampaikan.

Dari paparan diatas maka dibuatlah perancangan *rebranding* dari Leezat Group untuk menyampaikan *value* Leezat Group sebagai makanan cemilan jadul oleh-oleh khas Tangerang Selatan.

1.2. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dari perancangan *rebranding* Leezat Group.

1. Bagaimana perancangan *rebranding* dari Leezat Group?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah perancangan dari *rebranding* Leezat Group adalah sebagai berikut:

a. Demografis

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
2. Usia : 35-50 Tahun
3. Pendidikan : Minimal SMA
4. SES : B-A

b. Psikografis : Masyarakat yang tertarik dengan makanan jadul, orang-orang yang lagi berpergian dan ingin beli oleh-oleh, masyarakat yang rindu akan makanan jadul

c. Geografis : Jabodetabek

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang *rebranding* dari Leezat Group agar value dari Leezat Group sebagai makanan kuliner khas Tangerang dari tahun ke tahun dan tersampaikan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1. Bagi penulis

Laporan dari Tugas Akhir ini adalah sarana untuk menerapkan dari segi ilmu, teori maupun praktek yang telah dilakukan dan di peroleh dari penulis selama

menempuh studi pada prodi *Visual Brand Design* dalam perancangan pada *rebranding*.

2. Bagi universitas

Laporan Tugas akhir ini dapat menambahkan reputasi terhadap Universitas Multimedia Nusantara karena dalam berproses langsung terhadap masyarakat dan fokus pada penyelesaian masalah. Dan laporan ini dapat menjadikan referensi kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara terutama mengenai *rebranding*.

3. Bagi pembaca

Laporan tugas akhir ini dapat menjadi pengetahuan pembaca untuk penyelesaian masalah melalui ilmu dari desain visual yang khususnya di bidang *per rebranding*.