

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan tumbuhan yang tumbuh melimpah di Indonesia, hal ini di manfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk membuat makanan dan minuman hasil olahan biji kopi. Dani, *INews.id* (2020), Dalam 5 tahun belakang ini, kita bisa melihat banyak sekali toko kopi yang membuka gerai di ibu kota. Di akhir tahun 2020 kedai kopi di Indonesia mencapai 2.950 kedai kopi, hal ini meningkat jauh dari data di tahun 2016 yang berkisar 1000 gerai. Hal ini juga berpengaruh hingga pasar domestik untuk melakukan ekspor kopi dari Indonesia. Salah satu hasil olahan utama dari biji kopi adalah minuman yang berbahan kopi seperti *cappuchinno*, *machiato*, *americano* dan yang terkenal di kalangan anak muda saat ini adalah kopi susu gula aren. *Kompas* (2021). Salah satu penyedia minuman berbahan kopi tersebut adalah Toko *Kopi Batamera*. Menurut Andra, (2021). Toko *Kopi Batamera* merupakan toko kopi yang tetap menghadirkan kopi khas Indonesia yang siap di nikmati oleh pencipta kopi tanah air. (Andra, wawancara pribadi, 29 April 2021).

Toko *Kopi Batamera* merupakan perusahaan minuman kopi yang terletak di Jakarta Barat yang sudah ada sejak tahun 2019. Karena di olah dengan kadar gula yang rendah yang di ambil dari perkebunan kopi asli Temanggung, *Kopi Batamera* sangat cocok dinikmati oleh para kalangan kaum muda, karena kopi yang dibuat sudah melalui survei yang di uji cobakan kepada anak-anak muda di Jakarta. Dibanding dengan pesaing-pesaingnya *Kopi Batamera* berpotensi memiliki pasar yang besar di pasar nasional dengan produk kopi unggulan dengan formula racikan mereka. (Andra, wawancara pribadi, 29 April 2021).

Bedasarkan wawancara dengan Andra, sebagai pemilik Toko *Kopi Batamera* nama *Batamera* diambil dari melihat pembangunan di Indonesia yang sedang berkembang sangat cepat, hal ini menimbulkan ide untuk membuat kopi yang berkonsep pembangunan, (Andra, wawancara pribadi, 29 April 2021). Namun nama *Batamera* memiliki banyak kesamaan dengan toko kopi lainnya yang ada di Jakarta misalnya, *Toko Kopi Merah Bata*,

Bata Merah Koffie, Kopi Bata Merah Cing Ida, dll. Hal ini menyebabkan Toko *Kopi Batamera* tidak memiliki identitas khusus sebagai pembeda antara toko kopi yang menggunakan unsur batu bata merah lainnya. Dari inspari pembuatan *Kopi Batamera* tersebut terbentuk visi dan misi perusahaan yang ideal dengan sebuah identitas sebuah *brand* yang ingin dicapai. Salah satunya adalah sebuah minuman yang menemani para pekerja kantoran maupun mahasiswa yang sedang sibuk mengerjakan tugas. Hal ini ditekankan Andra sebagai identitas *Kopi Batamera* namun sebagai pemilik, Andra tidak bisa melakukan visualisasi terhadap inspirasinya tersebut.

Pada jaman modern ini, sudah banyak *platform* layanan jasa yang dapat memudahkan kita untuk membeli makanan atau minuman tanpa harus keluar rumah, *platform* layanan jasa ini antara lain *Gofood, Grab Food, Shoope Food*, dll. *Platform* Layanan jasa ini bekerja sama dengan *restaurant-restaurant* untuk dapat membeli dan mengantarkan makanannya ke konsumen melalui *driver* khusus yang disediakan oleh *platform*. Dengan teknologi aplikasi layanan jasa ini, tidak sedikit *restaurant* yang memiliki kesamaan dalam menamakan nama *restaurant* miliknya. Hal ini menyulitkan konsumen untuk membedakan *restaurant* yang ingin mereka beli. Di lansir dari *Kompas*, 2021. Pihak *Gofood* sebagai *platform* penyedia jasa pengiriman makanan. Ingin kita sebagai konsumen lebih teliti untuk memilih *restaurant* favorit karena kemiripan nama tersebut. Tidak ada peraturan dalam menamakan sebuah *restaurant* apabila tidak melanggar hak paten sebuah *brand*, Levina, *Kompas* (2021).

Bedasarkan permasalahan studi kasus di atas, penulis berupaya memberikan solusi sebagai sarana untuk menyelesaikan masalah yang di alami oleh perusahaan ini yaitu dengan membuat perancangan identitas visual Toko *Kopi Batamera*. Agar Toko *Kopi Batamera* memiliki keunikan sendiri dibanding dengan toko kopi lainnya yang membawa tema batu bata merah. Penelitian ini dirancang untuk merancang identitas visual yang dapat tertanam di benak konsumen bahwa Toko *Kopi Batamera* merupakan toko kopi pertama di Jakarta yang membawa kesan tema batu bata merah.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, penulis menuliskan rumusan masalah untuk perancangan identitas *visual* sebagai berikut:

Bagaimana cara merancang identitas visual pada produk *Kopi Batamerah* ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembahasan topik Tugas Akhir ini, penulis memiliki batasan topik yang akan penulis bahas dan kemukakan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Hal ini dilakukan agar penulis terbantu dalam pembahasan topik perancangan identitas visual ini menjadi fokus dan tidak melebar. Oleh sebab itu perancangan identitas visual Toko *Kopi Batamera* ini dibatasi oleh:

1.3.1 Demografis

- a) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b) Usia : 19 - 29
- c) Tingkat Ekonomi : SES C - B
- d) Tingkat Pendidikan : Kuliah
- e) Pekerjaan : Mahasiswa

1.3.2 Geografis

- a) Kota/Kabupaten : Jakarta Barat, Kebon Duren
- b) Provinsi : Jakarta

1.3.3 Psikografis

- a) Gaya Hidup : Perkotaan
- b) Aktivitas : Ngobrol, Makan&Minum
- c) Kepribadian : Suka meminum kopi

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Bedasarkan permasalahan studi kasus di atas, penulis memiliki tujuan dengan berupaya memberikan solusi sebagai sarana untuk menyelesaikan masalah yang di alami oleh perusahaan ini yaitu dengan membuat perancangan identitas visual Toko *Kopi Batamera*. Agar Toko *Kopi Batamera* memiliki keunikan dengan toko kopi yang membawa tema batu bata merah.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam melaksanakan Tugas Akhir sebagai persyaratan lulus di Universitas Multimedia Nusantara. Adapun penulis merasakan manfaat dari pembuatan Tugas Akhir ini yaitu penulis dapat mengembangkan dan mengasah *hard skill* maupun *soft skill* yang sudah di dapat selama berada di Universitas Multimedia Nusantara dan Menerapkan ilmu DKV yang sudah di dapat di Universitas Multimedia Nusantara dalam bekerja sebagai desainer professional.

Penulis juga berharap bahwa orang lain yang membaca dan memahami karya ilmiah yang penulis buat dapat menambahkan wawasan dalam memahami perancangan identitas visual. Dalam waktu yang sudah penulis habiskan di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga berharap bahwa karya ilmiah yang sudah penulis buat dapat bermanfaat baik dalam hal akademik maupun non-akademik

