

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan tradisional adalah jenis makanan yang telah diwariskan secara turun-temurun oleh sebuah daerah dengan menggunakan bahan-bahan local, dan proses memasak masih menggunakan cara tradisional. Makanan yang sudah ada lama, dan berkembang lalu dikenal oleh masyarakat setempat, dan memiliki cita rasa yang cocok dengan lidah masyarakat setempat (Fardiaz D, 1998). Berdasarkan dari lokakarya revitalisasi Pusat Kajian Makanan Tradisional Yogyakarta tahun 2003 “Makanan tradisional adalah makanan yang dibuat dari bahan yang dihasilkan di daerah setempat kemudian diolah dengan cara atau teknologi yang dikuasi oleh masyarakat setempat”.

Berdasarkan artikel linimasa.id (Ahmad,2023) kue semprong adalah salah satu kue tradisional Indonesia yang berbentuk seperti pipa. Kue ini pertama kali dibawa oleh bangsa portugis. Namun, bahan, dan bentuk sudah dimodifikasi. Kue semprong memiliki rasa manis, gurih, dan renyah dengan aroma bakar yang khas. Kue ini sering kali dihubungkan dengan momen-momen special, seperti perayaan hari besar atau sebagai camilan di waktu senggang. Saat ini, kue semprong menjadi makanan khas Jawa Barat, Karawang. Salah satu penjual kue semprong di Karawang adalah Sari Murni.

Sari Murni adalah toko yang menjual kue tradisional. Sari Murni berdiri sejak 1974, dan membuka toko di Kec. Rengasdengklok Utara, Karawang, Jawa Barat. Sejak 50 tahun berdiri, kue semprong masih mempertahankan resepnya secara turun menurun hingga generasi ke-5 untuk mempertahankan citra rasa kue semprong yang khas dari Sari Murni. Berdasarkan wawancara, dan pengamatan langsung penulis, proses pembuatan kue semprong masih dilakukan dengan cara cetak manual seperti menaruh adonan di cetakan, dan memanggangnya dengan api sedang.

Pemilik dari kue semprong Sari Murni ingin melakukan *brand positioning* supaya dapat dilihat, dan dikenal oleh generasi muda karena berdasarkan wawancara dengan pemilik, pelanggan loyal Sari Murni sudah berumur, dan generasi milenial belum banyak yang mengenali Sari Murni. Berdasarkan hasil observasi, identitas *visual* Sari Murni belum merepresentasikan *brand image* kepada target market yang ingin dituju. *Brand* identitas *visual* yang baik dapat menyampaikan pesan dengan tepat kepada target audiens (Wheeler, 2018). Identitas *visual* dapat membantu untuk membangun citra produk sebuah *brand* sehingga dengan begitu dapat bersaing dengan kompetitor lain. Identitas *visual* merupakan representasi dari sebuah *brand* untuk itu perlu memberikan fokus utama dalam menarik target. Wheeler (2018) mengatakan dibutuhkan perancangan ulang identitas ketika *brand* ingin memposisikan ulang, menjangkau target pasar baru, dan ingin mengkomunikasikan dengan jelas tentang sebuah *brand*.

Berdasarkan hasil kusioner, 73.2% responden menyatakan bahwa Identitas visual sari murni belum merepresentasikan produk kue semprong, Hal ini didukung dengan masih banyak target yang salah persepsi terhadap *logo* menjadi toko teh, toko baju batik, salon, sembako, dan kerajinan. Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa *logo* Sari Murni jadul, dan belum tergambar untuk generasi mereka karena menggunakan *typeface script* yang jadul. Sari Murni belum memiliki identitas *visual* yang kuat untuk berada dibenak target, sulit untuk mengidentifikasi merek, dan memahami apa yang membedakan Sari Murni dari *competitor*. (Philip Kotler, 2010) menyatakan *visual brand identity* begitu penting keberadaanya, terutama untuk mempresentasikan misi, dan visi *brand*, terdapat emosi yang tersimpan di dalam suatu *brand* yang kemudian ditampilkan dalam bentuk *logo*, *color*, *element graphics*, dan *font* yang saling berkaitan satu sama lain, dan secara konsisten selalu digunakan yang menjadi salah satu bahan alasan untuk mempertimbangkan konsumen dalam memilih sebuah produk.

Oleh karena itu penulis membuat identitas visual kue semprong Sari Murni. Tujuan dari perancangan ini diharapkan dapat memperkuat identitas visual, dan membantu Sari murni dalam merepresentasikan produk, dan keunikan yang dimiliki sehingga dapat menggapai target market, dan bersaing dengan kompetitor.

1.2 Rumusan Masalah

Ditemukannya rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan yaitu:

Bagaimana perancangan ulang identitas visual kue semprong Sari Murni?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat dalam perancangan identitas visual kue semprong Sari Murni antara lain:

1.3.1 Demografis

A. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan

B. Usia: 20—30 tahun Sekunder: 31—60 tahun

Berdasarkan departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009, Masa dewasa awal berumur 20—30 tahun. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Kue Semprong Sari Murni pembeli rata-rata berumur 31—60 tahun.

C. Kelas ekonomi: SES B

Menurut indeed (2024) Rata-rata gaji pokok di Jabodetabek, dan Karawang adalah 4.000.000,00-6.000.000,00. Berdasarkan laporan riset *Status Literasi Digital* di Indonesia 2021 yang dirilis kementerian komunikasi, dan informatika, Gaji 4.000.000-6.000.000 termasuk dalam SES B.

1.3.2 Geografis

Target primer dari kue semprong Sari murni merupakan orang yang berasal dari Jabodetabek, dan berkunjung ke Karawang. Sedangkan target Sekundernya adalah masyarakat yang tinggal di Karawang, dan sekitarnya.

1.3.3 Psikografis

- A. Suka kuliner Indonesia
- B. Penasaran dengan makanan khas tradisional
- C. Senang membeli oleh-oleh makanan khas daerah

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang ulang identitas visual kue semprong Sari Murni.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut manfaat yang diperoleh dari perancangan perancangan ulang identitas visual kue semprong Sari Murni:

1. Bagi Penulis

Melalui laporan ini penulis dapat mengingat Kembali, dan mengaplikasikan pengetahuan yang sudah penulis pelajari selama berkuliah, dengan laporan tugas akhir ini juga penulis mendapatkan pengetahuan tentang solusi perancangan ulang identitas visual yang diperlukan untuk menangani sebuah masalah. Laporan ini juga mengasah kemampuan untuk menganalisis, dan mengobservasi masalah terkait identitas *visual* untuk Sari Murni yang sudah berdiri 50 tahun.

2. Bagi Kue Semprong Sari Murni

Hasil laporan tugas akhir ini diharapkan dapat membawa perubahan pada perkembangan usaha Kue Semprong Sari Murni, dan dapat membantu meningkatkan *awarness* dari masyarakat karawang. Laporan ini dapat menjadi pedoman Sari Murni untuk memperkuat, mempertahankan, menjaga konsistensi identitas *visual*.

3. Bagi Universitas

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mahasiswa, dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang sedang mencari informasi mengenai perancangan ulang identitas visual. Laporan ini menjadi kontribusi penulis untuk menambah literatur akademik khususnya pada bidang desain komunikasi *visual* terkait pembuatan identitas untuk *brand*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA