

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi yang berdiri di akhir tahun 2021 di kawasan Medang Lestari, Gading Serpong mengalami perkembangan pesat dengan meningkatnya jumlah pelanggan di tahun ke tahun terutama di kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang pada awalnya, kedai ini menjual berbagai macam hidangan khas Jawa Timur seperti rawon, ayam bakar kalasan, dan ayam geprek sambak kacang yang sekarang menjadi menu utama dari kedai ini. Menu ayam geprek ini menjadi titik balik yang membuat kedai ini semakin diminati oleh mahasiswa ditambah lagi dengan harga yang terjangkau, rasa yang enak, porsi yang banyak serta kualitas makanan yang baik dan konsisten membuat kedai ini semakin terkenal tidak hanya di kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan warga Gading Serpong melainkan menarik minat beberapa *food vlogger* seperti Nex Carlos, VICSAM, Felix Kurniawan, Boengkoes Official, Korum, serta diliput oleh stasiun TV di acara Makan Receh Trans TV, dan Rating 5 Global TV serta mendapatkan sertifikat dari Idealife.

Dilihat dari perkembangan kedai ini dan seberapa terkenal kedai ini, ditambah lagi dengan banyaknya kompetitor di daerah Gading Serpong yang menjual produk sama seperti Ayam Geprek LOL, Ayam Geprek Gold Chick, dan Ayam Pak Gembus yang dimana ketiga kompetitor tersebut sudah memiliki identitas sehingga ketiga kompetitor tersebut akan lebih mudah diingat dari diferensiasi yang jelas sehingga Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi ini jadi kurang menonjol dan sulit untuk dikenali terutama konsumen baru yang belum familiar dengan nama kedai ini terlebih lagi ayam geprek merupakan salah satu tren kuliner yang diminati oleh semua kalangan dari anak - anak hingga orang dewasa (Ichsan, 2022) dan banyak brand ayam geprek ini memiliki keunikannya sendiri seperti

ayam geprek mozzarella, ayam geprek sambal matah dan lain lain. Dibandingkan dengan kompetitornya, kedai tetap mempertahankan dengan proses pembuatan produk utamanya dengan tahap yang cukup rumit untuk menciptakan konsistensi rasa. Kedai tersebut juga memiliki rencana perkembangan dengan akan membuka cabang baru serta menambah menu baru, menambah jumlah karyawan, dan mendapatkan sertifikasi Halal MUI.

Dari fenomena ini, menunjukkan bahwa aspek identitas visual memiliki peran penting dalam membangun citra sebuah *brand* serta daya saing *brand* tersebut di bidang kuliner ditambah lagi kategori produk yang dijual sudah sangat kompetitif. Dengan identitas visual yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai hiasan atau penanda visual namun, juga menciptakan konsistensi, memperkuat diferensiasi serta membantu konsumen untuk mengingat dan mengenali *brand* di tengah ketatnya persaingan dengan kompetitor lain seperti yang dikatakan oleh Wheeler dan Meyerson (2024), *brand recognition* adalah salah satu tahapan penting bagi sebuah *brand* agar konsumen dapat dengan mudah menyadari keberadaannya melalui elemen – elemen identitas visual yang khas dimulai logo, tipografi, warna, desain kemasan dan yang baik, relevan, dan konsisten sehingga dengan demikian, dengan adanya desain identitas yang demikian merupakan langkah krusial dalam upaya memperkuat identitas, citra, dan keberadaan Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi di tengah perkembangan pasar kuliner.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuat dan mengembangkan identitas visual dari Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi ini. Perancangan identitas visual sangat penting dan digunakan sebagai strategi dalam perusahaan. Landa (2018) berpendapat bahwa identitas visual merupakan salah satu dari perancangan sebuah *brand*. Tanpa adanya identitas visual yang jelas, kedai ini berisi tertinggal dari kompetitor karena termakan oleh tren kuliner sesaat sehingga berpotensi kehilangan peluang dalam mendapatkan konsumen baru untuk rencana pengembangan kedai. Sebaliknya, dengan adanya perancangan identitas visual yang tepat dan kuat tidak hanya mampu menjadi meningkatkan kesadaran akan *brand* tapi juga mampu membangun konsistensi dalam menyampaikan pesan

kepada target audiens sehingga, perancangan identitas visual pada brand harus memiliki karakter yang simbolik dan dominan, diferensiasi yang kuat dan emosional yang berhubungan dengan brand seperti yang dikatakan oleh Wheeler dan Meyerson (2024) dalam skala perkembangan tertentu untuk mengimbangi tren pasar.

Oleh karena itu, berdasarkan masalah diatas, penelitian ini difokuskan kepada perancangan identitas visual untuk Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi seperti logo, rebranding dan visual branding lain dari yang awalnya hanya sebuah nama menjadi sesuatu yang lebih mudah diingat dengan perancangan identitas visual pada brand yang memiliki karakter yang simbolik dan dominan, serta meningkatkan *brand recall* yang meskipun pelanggan dari kedai ini sudah ramai, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menjadi strategi yang efektif memastikan stabilitas dan pertumbuhan penjualan serta akan berguna untuk kepentingan jangka panjang yang dimana dengan adanya identitas visual yang baik akan memberikan identitas yang kuat dari kedai ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut ini masalah yang ditemukan oleh penulis, yakni :

1. Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi belum memiliki identitas visual.
2. Kedai tidak memiliki diferensiasi dengan kompetitor dari segi visual.

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai

1. Bagaimana perancangan Identitas Visual Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi agar kedai ini dapat diingat oleh konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk membangun citra brand serta membuat *brand identity* agar dalam perancangan identitas visual Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi ini tetap terstruktur dan sistematis.

1. Target STP : Perancangan ini ditujukan kepada remaja akhir usia 18 – 26 tahun, SES B, mahasiswa, pekerja kantoran, berdomisili di Gading

Serpong yang memiliki kebiasaan makan diuar setelah kuliah atau pulang kerja.

2. Objek Perancangan : Objek media berupa perancangan identitas visual yang terdiri dari logo, typeface, warna, dan desain kemasan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi akan berpotensi kalah dalam perkembangan pasar kuliner dan tren kuliner yang ada sehingga dengan perancangan identitas visual Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi merupakan salah satu langkah yang tepat untuk menciptakan pengenalan *brand* yang baik, dan konsisten serta tidak termakan oleh perkembangan tren kuliner yang ada. Penulis berharap perancangan ini dapat membantu Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi ini untuk memiliki wajah baru yang dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga kedai ini semakin sukses dalam jangka waktu yang panjang.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini dapat bermanfaat yang dibagi menjadi 2 jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis:

Tugas akhir ini dirancang untuk membangun citra brand dari Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi dengan merancang Identitas Visual. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual (DKV) khususnya membahas materi Perancangan Identitas Visual serta membantu dalam Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan untuk kedai tersebut.

2. Manfaat Praktis:

Tugas akhir ini dirancang sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan Prodi Desain Komunikasi Visual dan mendapatkan gelar sarjana Desain. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya membahas materi Perancangan Identitas Visual serta berguna bagi warga yang

tinggal di daerah sekitar area Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi untuk bisa lebih mengenal kedai ini.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA