

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan ragam budaya yang sangat kaya, mulai dari adat, bahasa, hingga makanan (Kominfo, 2013) masing-masing daerah di Indonesia memiliki berbagai macam kuliner khas mulai dari makanan ringan hingga makanan berat. Saat ini, industri kuliner di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun (Ika, 2019). Seperti yang diketahui, Indonesia memiliki beragam kuliner oleh - oleh dari berbagai daerah di Indonesia (Lestari, 2021) agar dapat dijadikan oleh-oleh yang menarik dan menunjukkan identitas budaya dari daerah tersebut, setiap daerah selalu berusaha untuk memunculkan ciri khas masing-masing yang sekaligus juga sebagai peluang bisnis (kumparanTRAVEL, 2019) Palembang terkenal akan pempek yang sudah menyebar ke seluruh penjuru Indonesia (Wangsadjaja, 2018). Salah satu restoran yang sudah sejak lama berfokus dalam berjualan pempek adalah Pempek Candy.

Pempek Candy merupakan restoran yang menjual makanan tradisional khas Kota Palembang yang sudah didirikan sejak tahun 1996 oleh Ibu Lina. Awal mulanya hanya memiliki satu gerai yang juga sebagai dapur utama dan hingga saat ini sudah berkembang dan memiliki 7 cabang di seluruh Palembang. Usaha kuliner ini terus mengalami perkembangan dan dikelola oleh beberapa anak Ibu Lina menjadi usaha keluarga. Hingga saat ini masih tetap berjaya

karena Pempek Candy tetap konsisten menyajikan pempek dengan rasa yang autentik menggunakan resep turun temurun sehingga tetap menyajikan makanan yang selalu dicari konsumen sebagai makanan sehari-hari maupun sebagai oleh-oleh khas Kota Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan generasi penerusnya saat ini, selama 26 tahun berdiri, identitas visual yang digunakan sudah mengalami perubahan sebanyak tiga kali. Meskipun demikian, penggunaan identitas visual masih sering berubah-ubah pada setiap kemasan sehingga tidak konsisten. Hingga Saat ini Pempek Candy menjual beragam produk, seperti berbagai varian pempek, tekwan, model, mie celor, laksan, pangsit ikan, celimpungan, dan beberapa produk kemasan *frozen* untuk oleh-oleh. Seiring dengan perkembangan zaman, pempek yang merupakan makanan tradisional khas Palembang kini sudah banyak mengalami modifikasi, mulai dari pempek warna-warni, pempek isi keju, pempek dengan *topping mozzarella*, hingga pempek dengan isian cabe rawit di dalamnya (Batubara, 2019). Hal seperti ini perlu dilakukan agar dapat bersaing dengan kompetitor dan memperluas target market hingga ke anak-anak milenial. Namun, saat ini Pempek Candy belum melakukan inovasi terbaru sehingga perlu dilakukan pembaharuan identitas visual pada restoran Pempek. Oleh karena itu, akan dilakukan perancangan ulang identitas visual dengan memperkuat ciri khas Pempek Candy yang dikemas secara menarik dan fresh sesuai dengan target market. Perancangan ulang ini juga bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai dari *brand* tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Selama 26 tahun sejak tahun 1996 hingga saat ini, logo Pempek Candy sudah melakukan 3 kali perubahan. Terdapat beberapa permasalahan desain dalam kaitannya dengan *form*, *context*, dan *content* yang dimiliki Pempek Candy seperti pada logo terakhir yang digunakan kurang menonjolkan identitas dari *brand* yang menjual makanan khas Kota Palembang. Secara tipografis, penggunaan jenis *serif* memberikan kesan yang *modern* dengan penggunaan warna merah dan biru dan pada bagian luar terdapat *shadow* berwarna putih sehingga kesan restoran yang menyediakan makanan tradisional yang ingin dibangun tidak terpancarkan. Berdasarkan teori Robin Landa, pemilihan warna juga merupakan faktor cukup penting karena dapat mempengaruhi keterbacaan dari identitas visual, penggunaan warna yang terlalu banyak pada logo memberikan kesan yang kurang cocok dengan *audience* Pempek Candy yang menengah ke atas dan kaum milenial. Pengaplikasian desain pada kemasan dan buku menu tidak konsisten karena masih menggunakan logo Pempek Candy yang berbeda dari semua logo Pempek Candy yang sudah pernah ada.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi permasalahan di atas, maka dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk melakukan perancangan ulang identitas visual agar dapat merepresentasikan restoran Pempek Candy?
2. Bagaimana implementasi dari identitas visual tersebut dalam aplikasi desain yang turut meningkatkan penjualan dan brand awareness dari restoran Pempek Candy

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ulang identitas visual Pempek Candy adalah sebagai berikut:

1. Merancang ulang identitas visual yang sesuai dengan visi dan misi dari Pempek Candy tanpa merubah nama brand “Pempek Candy”
2. Desain kemasan baru diharapkan agar dapat meningkatkan minat konsumen terhadap Pempek Candy

1.5. Manfaat Perancangan

1. Bagi pemilik restoran Pempek Candy, perancangan ulang identitas visual ini diharapkan dapat memperkuat dan merepresentasikan dari visi misi Pempek Candy dengan menggunakan identitas visual yang baru.
2. Bagi penulis, perancangan ulang identitas visual diharapkan dapat menjadi proses pembelajaran dalam pengembangan ilmu desain yang sudah dipelajari selama masa pendidikan Universitas Pelita Harapan.
3. Bagi instituspendidikan, perancangan ulang ini diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk mahasiswa yang akan melakukan proyek tugas akhir.