

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri restoran dan rumah makan di Indonesia mulai bangkit dan memiliki potensi yang besar terhadap perkembangan setelah melewati COVID-19 yang membuat sektor perekonomian bisnis restoran dan rumah makan sebelumnya menurun drastis (MediaIndonesia, 2021). Semakin meningkatnya jumlah restoran dan rumah makan mengakibatkan persaingan di dalam industri ini semakin ketat. Indonesia memiliki kekayaan dan keanekaragaman budaya khususnya dalam cita rasa kuliner tradisional yang tersebar di berbagai penjuru nusantara. Salah satu sayur yang menjadi bumbu dapur utama di Indonesia adalah cabai (Aisyah, 2020). Indonesia memiliki berbagai macam jenis cabai yang sering diolah menjadi bumbu masakan tumisan dan sambal, salah satu cabai yang paling sering digunakan adalah cabai rawit. Cabai rawit sudah menjadi cabai yang umum digunakan untuk sayur, bumbu masak, asinan, dan obat karena mengandung capsaicin yang membuat cabai rawit berkhasiat untuk kesehatan (Putri, 2021). Cabai Rawit yang berukuran kecil dan pedas ini memiliki dua warna yaitu yang warna merah yang biasa digunakan sebagai bahan sambal dan warna hijau untuk dimakan langsung.

Salah satu daerah di Indonesia yang dikenal dengan kekayaan kuliner tradisional adalah kota Singkawang atau dijuluki sebagai kota Amoy. Kota Singkawang berasal dari kata San Kew Jong memiliki arti kota di kaki gunung yang dekat dengan muara laut (Kemenparekraf, 2023). Kota Singkawang merupakan kota terbesar yang ditinggali oleh etnis Tionghoa di Kalimantan Barat tetapi dikenal juga

dengan toleransi yang kuat antar etnis lainnya. Kota Singkawang dikenal dengan kota yang memiliki beragam ciri khas makanan pedas yang menjadikan makanan khas Singkawang istimewa (Yanti, 2021).

Restoran Warung Rawit merupakan sebuah restoran yang menyajikan makanan khas Singkawang, Kalimantan Barat di Jakarta. Pendiri restoran Warung Rawit yang berasal dari kota Singkawang bernama Leonardi Chai ingin membawa makanan khas kampung halamannya ke Jakarta. Beliau ingin agar semua orang dapat merasakan cita rasa makanan khas Singkawang, mulai dari sayur maupun masakan yang identik dengan rasa pedas. Beliau juga ingin warga Singkawang yang menetap di Jakarta dapat tetap merasakan masakan dari kota mereka, tidak melupakan, dan secara tidak langsung ikut melestarikan kuliner khas kota Singkawang ini. Saat ini Warung Rawit telah memiliki dua cabang di Jakarta yaitu di Pantai Indah Kapuk dan Taman Palem. Warung Rawit juga memiliki cabang lainnya yang berada di kota Singkawang dengan konsep yang lebih menyatu dengan alam dengan menggunakan interior pondokan saung dengan nama Kampung Rawit Tepi Sawah.

Oleh sebab itu, perancangan ulang identitas visual restoran Warung Rawit relevan dan dapat membantu restoran untuk mencerminkan kekhasan kota Singkawang dan pedas dari cabai rawit serta memiliki sistem identitas visual yang koheren dan mudah diingat. Dengan identitas visual yang baik juga dapat membangun eksistensi *brand* dan menumbuhkan keyakinan serta loyalitas masyarakat pada nilai-nilai yang dimiliki oleh restoran (Landa, 2011, 240). Ekspansi bisnis yang dilakukan oleh Warung Rawit dengan munculnya Kampung Rawit pun memperkuat alasan perlunya redesain identitas visual karena ketika sebuah perusahaan melakukan

ekspansi, menurut Wheeler kedua perusahaan perlu mengirimkan pesan yang jelas, membangun ekuitas merek, membutuhkan nama baru dan merancang *brand* dalam arsitektur merek utamanya (Wheeler, 2013, p.7).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil riset dari peneliti, terdapat beberapa masalah yang telah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Identitas visual eksisting dari restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit kurang mencerminkan ciri khas dari kota Singkawang.
2. Identitas visual restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit secara keseluruhan kurang konsisten berdasarkan koherensi identitas dan *brand architecture*.
3. Terdapat masalah pada elemen grafis di media digital dan media cetak seperti logo, warna, tipografi, dan bentuk yang tidak memenuhi *identity goals*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk meredesain identitas visual restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit agar dapat mencerminkan kekhasan dari kota Singkawang?
2. Bagaimana cara membuat identitas visual yang koheren antara restoran utama yaitu Warung Rawit dengan anak cabangnya Kampung Rawit?

3. Bagaimana mengimplementasikan desain yang koheren kepada sistem identitas visual, media digital, dan media cetak restoran Warung Rawit?

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk melakukan perancangan ulang identitas visual restoran Warung Rawit dan Kampung rawit agar sistemnya lebih koheren dan menunjukkan identitas visual yang kuat sebagai sebuah restoran nusantara yang menyajikan makanan khas kota Singkawang.

1.5. Manfaat Perancangan

Bagi peneliti:

1. Dapat menerapkan semua teori dan pembelajaran yang telah dipelajari selama berkuliah desain komunikasi visual di Universitas Pelita Harapan pada permasalahan yang nyata.
2. Mengasah kemampuan dalam merancangan identitas visual sebuah *brand*.

Bagi restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit:

1. Membantu dalam membangun sistem identitas visual yang lebih koheren antara restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit.
2. Dapat membangun citra kuat oleh restoran Warung Rawit dan Kampung Rawit sebagai sebuah restoran khas kota Singkawang.