

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi dapat terlihat banyaknya bisnis waralaba atau sebutan franchise dimana-mana dengan keunikannya masing-masing. Di sini, kita dapat mengidentifikasi beragam peluang bisnis yang dapat memberikan manfaat yang nyata bagi kita. Dalam sistem waralaba ini, dapat disimpulkan bahwa sebagai bentuk ketaatan dari mitra usaha terhadap peraturan yang ditetapkan oleh pemilik waralaba, mitra usaha atau penerima waralaba diberi hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh pemilik waralaba. Hak ini mencakup penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, teknologi yang dipatenkan, dan informasi rahasia. Sebagai gantinya, pemilik waralaba akan menerima pembayaran royalti dari penggunaan Hak Kekayaan Intelektual mereka (Widjaja, 2001). Bisnis waralaba/franchise dapat diterapkan pada berbagai sektor dan jenis produk yang akan dibawa. Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu bidang industri yang menjanjikan, baik di Indonesia maupun secara global (Badan Pusat Statistik, 2019).

Salah satu bisnis franchise di bidang industri makanan dan minuman adalah Waffelicious. Waffelicious menyediakan produk makanan dengan jenis kudapan/dessert berupa waffle dengan ciri khas bentuk gaya Hong Kong yang berbeda dengan waffle pada umumnya. Ada banyak jenis varian dan juga rasa yang disediakan oleh Waffelicious. Berdiri pada tahun 2012, hingga saat ini franchise

Waffelicious berkembang pesat dan telah membuka banyak gerai di seluruh Indonesia.

Seiring dengan perkembangan franchise Waffelicious, terdapat suatu permasalahan dimana identitas yang dibangun belum cukup kuat untuk representasi dari arti Waffelicious sendiri, dan juga penerapannya belum konsisten pada media yang disediakan. Mulai dari logo, kemasan, hingga ke media sosial. Oleh karena itu, melalui perancangan ulang identitas visual, diharapkan dapat membantu Waffelicious mengkomunikasikan brand dengan jelas baik kepada masyarakat yakni franchisor hingga kepada konsumen.

1.2. Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Penerapan identitas visual yang tidak sesuai dengan esensi dari brand Waffelicious secara tepat.
2. Penerapan identitas visual terhadap media yang ada untuk pengembangan bisnis Waffelicious belum adanya koherensi dan konsistensi.

1.3. Rumusan Masalah

Menurut Wheeler, ada beberapa alasan mengapa sebuah entitas memerlukan sebuah perancangan ulang identitas visual. Alasan-alasan tersebut merupakan pergantian nama perusahaan, revitalisasi merek, revitalisasi identitas merek, merancang sistem yang terintegrasi, dan saat dua perusahaan atau lebih bergabung (Wheeler, 2009, 7). Dari identifikasi masalah di atas, perancangan ulang Waffelicious ini jatuh kepada alasan perlunya merancang sistem yang terintegrasi.

Dalam alasan tersebut, ada beberapa unsur yang menyebutkan masalah dari desain pada Waffelicious yaitu tidak merepresentasikan citra yang konsisten kepada konsumen dan perlunya struktur merek karena kurangnya konsistensi visual. Dari permasalahan tersebut, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang identitas visual yang mencerminkan merek Waffelicious secara tepat?
2. Bagaimana penerapan identitas visual terhadap media yang ada untuk pengembangan bisnis Wafflelicious dengan adanya koherensi dan konsistensi?

1.4. Tujuan Perancangan

1. Melakukan perancangan identitas visual dan penerapannya yang sesuai dengan esensi dari brand Wafflelicious secara tepat.
2. Melakukan perancangan identitas visual dan penerapannya terhadap media yang ada untuk pengembangan bisnis Wafflelicious dengan adanya koherensi dan konsistensi.

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan memiliki manfaat yang beragam, tidak hanya menguntungkan bagi entitasnya namun juga menguntungkan pada pihak lainnya juga yaitu:

1. Bagi entitas, perancangan ini diharapkan dapat membantu terbentuknya logo dan identitas visual yang baru yang sesuai dengan Wafflelicious, yang dapat sesuai dengan visi, misi, dan nilai, serta meningkatkan citra franchise Wafflelicious yang baru dan dikenal oleh masyarakat serta

memberikan Waffelicious kesempatan agar dapat menggambarkan citra mereknya secara lebih baik, yang dapat dicerna oleh pelanggannya.

2. Bagi penulis, perancangan ini dapat mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan dan mengaplikasikannya pada tantangan yang dihadapi. Selain itu, hal ini juga dapat berkontribusi pada peningkatan pemahaman mengenai perancangan identitas visual.

