

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Nongkrong di Kedai Kopi, kini sedang menjadi tren di kalangan anak muda, termasuk pula di Singaraja. Sejumlah kedai kopi dengan berbagai variannya yang didirikan sebagian besar oleh anak muda, boleh dikatakan merajai bisnis beberapa tahun belakangan.

Singaraja menjadi rumah bagi komunitas siswa dan mahasiswa yang aktif. Kehadiran mahasiswa dapat memberikan dinamika positif pada kehidupan kota, memperkaya budaya, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Didukung juga dengan tren saat ini dimana banyak muncul usaha kuliner seperti kedai kopi yang sesuai dengan budaya nongkrong anak muda atau mahasiswa saat ini. Salah satu usaha kedai kopi dan makanan yang ada di Singaraja yaitu bernama Kedai Etnik. Kedai Etnik bergerak di bidang kuliner, menawarkan aneka olahan ayam seperti ayam bakar madu, ayam panggang, ayam geprek, ayam sambal ijo, ayam gule, dll. Aneka kopi seperti *Ice Kopsu Vanilla*, *Ice Kopsu Caramel*, *Ice Kopsu Hazelnut*, *Ice Kopsu Pandan*, *Ice Coffe Latte*, *Americano*, *Vietnam Drip*, dll. Berbagai jenis nasi goreng seperti nasi goreng biasa, nasi goreng kebuli, nasi goreng mawut, dll. Aneka olahan mie seperti kwetiau, goreng, bihun godog, indomie (goreng dan kuah), dll. Serta beberapa menu aneka jus, *milkshake*, *yakult base*, *milkbase* dan aneka teh.

Kedai Etnik merupakan sebuah kedai yang memadukan tema *vintage* dengan sentuhan *style industrial*. Interiornya dipenuhi dengan barang – barang *vintage* yang berasal dari beberapa etnis yang berada di Nusantara seperti Bali, Jawa, Kalimantan, Yogyakarta, dll. Menurut pemaparan dari Aditya Prabawa selaku pemilik Kedai Etnik, barang – barang ini beberapa ia dapatkan saat masih kuliah di Yogyakarta. “Jadi awalnya saya mengkonsep kedai ini dengan tema *vintage* dan dipadukan dengan kesan *industrial* yang berciri khas pada temboknya yang diberi kesan belum rampung. Untuk interiornya saya susun saja barang – barang antik yang saya dapatkan. Jadi makna kata

Etnik itu adalah Etnis Nusantara, maksudnya siapapun bisa datang kesini tanpa membeda – bedakan etnis mereka, simpelnya ini bisa jadi tempat kumpulan/keberagaman dari beberapa etnik” (Aditya Prabawa, Wawancara 6 Januari 2024).

Kedai Etnik didirikan pada tanggal 12 Juni 2021 oleh Aditya Prabawa di Jalan Nusa Indah No 12, Singaraja, Bali. Sampai saat ini Kedai Etnik sudah berdiri hampir 3 tahun. Namun hingga saat ini belum memiliki visual *branding* yang kuat dan dapat mewakili usaha Kedai Etnik ini seperti halnya belum memiliki logo yang sesuai karena logo sebelumnya hanya tertulis pada sebuah papan, dibuat dengan bentuk huruf seadanya tanpa memiliki makna yang mampu merepresentasikan Kedai Etnik itu sendiri dan kemasan makanan dan minuman masih menggunakan kertas *duplex* polos sehingga belum memiliki ciri khas usaha. visual *branding* sangatlah penting supaya dapat membedakan usaha dari usaha yang lain, serta agar lebih dikenal di khalayak luas. “Kedai Etnik belum mempunyai identitas visual atau *visual branding* yang kuat“ (Aditya Prabawa, Wawancara 6 Januari 2024).

Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa perancangan visual *branding* untuk Kedai Etnik di Singaraja, Bali sangat dibutuhkan karena pentingnya visual *branding* pada sebuah usaha, yaitu dengan pembuatan logo Kedai Etnik agar usaha tersebut memiliki identitas visual yang kuat dan dapat mencerminkan usahanya. Selain pembuatan logo usaha sebagai media utama visual *branding*, Kedai Etnik di Singaraja, Bali juga memerlukan beberapa media pendukung untuk sebuah visual *branding* seperti kartu nama, buku menu, desain kemasan makanan, desain kemasan minuman, papan nama, *id card waiter*, dan video promosi (*short-form content*). Dengan adanya media pendukung yang merepresentasikan Kedai Etnik maka akan semakin membuka peluang untuk lebih dikenal di khalayak luas.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang muncul dalam tugas akhir ini adalah bagaimanakah merancang visual *branding* yang kuat

untuk Kedai Etnik di Singaraja, Bali agar dapat mencerminkan usahanya sehingga dikenal oleh masyarakat luas?

### 1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya media komunikasi visual yang terkait dengan visual *branding*, maka pada tugas akhir ini penulis harus menentukan batasan agar dalam pengerjaan perancangan ini dapat terfokus dan menyelesaikannya tepat waktu:

1. Perancangan ini akan mengenalkan usaha Kedai Etnik di Singaraja, Bali agar dapat dikenal oleh orang luas, dengan fokus pertama yaitu membuat desain logo usaha yang dapat menjadi cerminan usaha dari Kedai Etnik karena dengan adanya logo, maka sebuah usaha akan lebih mudah untuk dikenal oleh orang luas dan menjadikannya sebagai identitas visual dari sebuah usaha yaitu Kedai Etnik di Singaraja, Bali.
2. Selain mengenalkan logo Kedai Etnik di Singaraja, Bali agar dikenal oleh orang luas, fokus kedua dengan merancang media pendukung visual *branding* seperti kartu nama, *id card waiter*, buku menu, kemasan makanan, kemasan minuman, papan nama, video promosi (*short-form content*) yang akan memperkuat *image branding* Kedai Etnik di masyarakat.

### 1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan perancangan adalah untuk merancang visual *branding* logo usaha Kedai Etnik di Singaraja, Bali serta merancang media visual *branding* pendukung berupa kartu nama, *id card waiter*, buku menu, kemasan makanan, kemasan minuman, papan nama, video promosi (*short-form content*) yang akan memperkuat *image branding* Kedai Etnik di masyarakat.

### 1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan visual *branding* untuk Kedai Etnik di Singaraja, Bali yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Masyarakat

Masyarakat mendapatkan informasi yang jelas mengenai Kedai Etnik di Singaraja, Bali dan mendapatkan informasi mengenai visual *branding* Kedai Etnik di Singaraja, Bali.

## 2. Manfaat Bagi Pengembangan Keilmuan

Hasil dari tugas akhir ini, diharapkan mampu menambah wawasan bagi para civitas akademika, khususnya dalam hal pengetahuan tentang visual *branding* Kedai Etnik dan tugas akhir ini dapat dijadikan pedoman bagi orang lain untuk membuat tugas akhir tentang visual *branding* khususnya usaha kuliner.

## 3. Manfaat Bagi Mahasiswa

Mahasiswa mendapat wawasan dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah dalam perancangan visual *branding* khususnya di bidang usaha kuliner Kedai Etnik di Singaraja, Bali.

### 1.6 Sasaran/Targer Perancangan

Dalam perancangan visual *branding* usaha Kedai Etnik di Singaraja, Bali memiliki target perancangan yaitu masyarakat umum.

### 1.7 Pengertian Judul

Judul dari tugas akhir yang pengusul/mahasiswa rancang adalah “Perancangan Visual *Branding* Untuk Kedai Etnik di Singaraja, Bali.” yang memiliki makna sebagai berikut.

#### 1. Perancangan

Perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, atau melakukan sesuatu), merencanakan. Perancangan adalah proses, perbuatan merancang, hasil rancang, program, desain (KBBI, 2008: 1138).

#### 2. Visual

Visual adalah dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata) atau berdasarkan penglihatan. Arti visual adalah segala yang bisa dilihat dan dipelajari (KBBI, 2008)

### 3. Branding

Wheeler (2012:6) dalam buku "*Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*" mengatakan bahwa *Branding* adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan. loyalitas pelanggan. Hal ini membutuhkan mandat dari atas dan kesiapan untuk berinvestasi di masa depan. *Branding* adalah tentang memanfaatkan setiap kesempatan untuk mengekspresikan mengapa orang harus memilih satu merek daripada merek lainnya. Keinginan untuk memimpin, mengungguli kompetisi, dan memberikan karyawan alat terbaik untuk menjangkau pelanggan adalah alasan mengapa perusahaan menggunakan *branding*.

### 4. Kedai Etnik di Singaraja, Bali

Kedai Etnik di Singaraja, Bali merupakan sebuah nama usaha kuliner yang berlokasi di Singaraja, Bali. Kedai adalah bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya) (KBBI, 2023) sedangkan Etnik adalah bertalian dengan kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dan sebagainya (KBBI, 2023).

Jadi, dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa arti judul tugas akhir dari “Perancangan Visual *Branding* Untuk Kedai Etnik di Singaraja, Bali” yang mahasiswa rancang adalah sebuah usaha perancangan identitas visual untuk usaha “Kedai Etnik” sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang berlokasi di kota Singaraja, Bali.