

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minuman tradisional merupakan minuman yang memiliki bahan dasar tradisional dan telah berkembang sampai jaman sekarang di bagian daerah di Indonesia. Minuman tradisional biasanya diolah dengan olahan resep yang telah diberikan dari turun menurun dan juga telah dikenali oleh banyak masyarakat setempat dengan bahan-bahan alami yang diperoleh dari sumber lokal yang mempunyai rasa khas sesuai dengan masyarakat. Selain Bandrek, banyak juga minuman tradisional yang memiliki khasiat terutama untuk kesehatan tubuh.

Warisan turun temurun minuman tradisional Jawa Barat yang sampai saat ini masih dikenal khususnya oleh masyarakat di Kota Bandung adalah produk minuman tradisional nya yaitu bandrek. Bandrek merupakan salah satu minuman tradisional asli yang berasal dari dari Jawa Barat, akan tetapi awal mula ditemukannya minuman bandrek ini belum ada yang pasti mengetahui asal mulanya Bahan dasar utama dari bandrek jahe dan gula aren, namun bisa juga ditambahkan rempah-rempah lainnya yang bisa lebih menghangatkan dan menambah cita rasa lain. Hal-hal yang berbau tradisional cenderung sudah tidak dipilih oleh generasi muda jaman sekarang karena kebanyakan lebih memilih produk dari luar dan *branded* untuk di konsumsi. Oleh karena itu generasi muda jaman sekarang akan kurang mengetahui nilai-nilai budaya dan tradisi pada suatu daerah. Dalam hal ini mengangkat objek perancangan minuman tradisional diharapkan dapat menarik perhatian dan memperkenalkan kepada generasi muda sekarang untuk tidak melupakan minuman tradisional dan ikut melestarikan budaya yang menjadikan ciri khas di Jawa Barat sendiri, seperti objek yang diangkat adalah Bandrek Abah Ciwidey.

Bandrek Abah adalah salah satu produk khas yang berasal dari Ciwidey, Bandung, dan juga sebagai pelopor produk minuman kemasan bandrek khususnya di Kota Bandung yang telah berdiri sejak tahun 1982. Bandrek abah awal mula dijual di tanggung oleh Bapak Mukmin Rohandi dikawasan kolam

air panas Cimanggu Ciwidey Bandung sejak tahun 1978. Pada tahun 1982 anak dari Bapak Mukmin Rohandi yaitu H. Sobana yang baru lulus SD mulai memikirkan agar bandrek yang mulanya dipikul akan dijual dengan bentuk kemasan botol yang diperjualkan dari warung ke warung disekitaran kawasan Ciwidey. Setelah bertambahnya waktu pada tahun 1993 munculnya produk Bandrek Abah Haji yang dikelola oleh kakak dari H. Sobana karena mereka ingin melakukan permbagian area pemasaran antara Bandrek Abah dan Bandrek Abah Haji. Namun pada tahun 1996 kakak dari H. Sobana yaitu H. Rohati tersebut meninggal dunia, dan kini bisnis dari produk Bandrek Abah Haji yang awalnya dikelola oleh kakak nya sekarang dikelola oleh H. Sobana yang sebenarnya sudah mengelola Bandrek Abah. Hingga sekarang H. Sobana memiliki 2 produk dengan 2 kemasan yang berbeda, namun sebenarnya diproduksi dengan sama antara Bandrek Abah dan Bandrek Abah Haji. Namun begitu pada kenyataannya kini, Bandrek Abah masih kurang dikenal khususnya oleh para generasi muda, karena belum memiliki identitas visual yang kuat dan memiliki dua kemasan yang berbeda yang membingungkan konsumen untuk membeli bandrek abah mana yang asli.

Melihat permasalahan yang terjadi diatas, Bandrek Abah masih memerlukan perancang ulang identitaas merek dan perubahan pada desain kemasan Bandrek Abah dan Bandrek Abah Haji agar mempunyai desain yang membuat keduanya tidak terlalu berbeda. Pemecahan masalahannya dengan merancang identitas logo yang sama dan kemasan yang dibuat menarik dengan sentuhan unsur grafis yang mencerminkan produk dari daerah Ciwidey. Dengan adanya inovasi identitas merek dan kemasan baru dari kedua produk tersebut dengan mempunyai desain yang menarik ini dapat meningkatkan minat pembeli dan tidak membuat konsumen bingung dengan produk Bandrek Abah, juga dapat meningkatkan *awareness* terhadap remaja masa kini untuk mencintai minuman tradisional yaitu Bandrek.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas dapat diambil beberapa permasalahannya yaitu:

- a. Kurang kuatnya identitas visual dari minuman tradisional Bandrek Abah ini menyebabkan Bandrek Abah kurangnya dikenal oleh generasi muda sebagai minuman tradisional dalam kemasan.
- b. Kurangnya persamaan ciri khas desain identitas visual kemasan antara kemasan bandrek abah dan bandrek abah haji

1.2.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana cara mengatasi agar bandrek abah bisa lebih dikenali oleh generasi muda?
- b. Bagaimana cara mengenalkan bandrek abah melalui identitas visual dan kemasan?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk tidak membuat masalah yang dibahas meluas, penulis memberikan batasan mengenai permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apa (*What*)

Perancangan Identitas Visual dan Kemasan Bandrek Abah Ciwidey

2. Siapa (*Who*)

Segmentasi perancangan ini ditunjukan kepada masyarakat yang belum mengetahui ataupun sudah mengetahui produk bandrek abah. Ditunjukan juga untuk masyarakat didalam daerah maupun luar daerah.

3. Kapan (*When*)

Waktu perancangan dan penulisan dilakukan pada bulan Februari 2020 hingga Julio 2020

4. Dimana (*Where*)

Tempat penelitian dan pengumpulan data dilakukan di kawasan Ciwidey Kabupaten Bandung

5. Kenapa (*Why*)

Penelitian ini dilakukan untuk mengenalkan produk bandrek abah kepada masyarakat

6. Bagaimana (*How*)

Pembuatan perancangan ini memiliki beberapa media yang nanti bisa memunculkan daya tarik dari produk.

1.4 Tujuan Perancangan

Dalam perancangan yg dibikin adapun tujuan yang ingin dicapai yaitu:

- a. Untuk mengetahui cara mengatasi agar bandrek abah bisa dikenali oleh generasi muda
- c. Untuk dapat menjelaskan cara mengenalkan bandrek abah melalui identitas visual dan kemasan?

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Observasi

Observasi ini dilakukan oleh penulis dengan langsung terjun ke lapangan yang berlokasi di Ciwidey Kabupaten Bandung tempat perusahaan Bandrek Abah

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada bapak H. Sobana selaku pemilik Bandrek Abah agar data dan informasi yang di dapat lebih akurat dengan topik yang dibuat.

3. Studi Pustaka

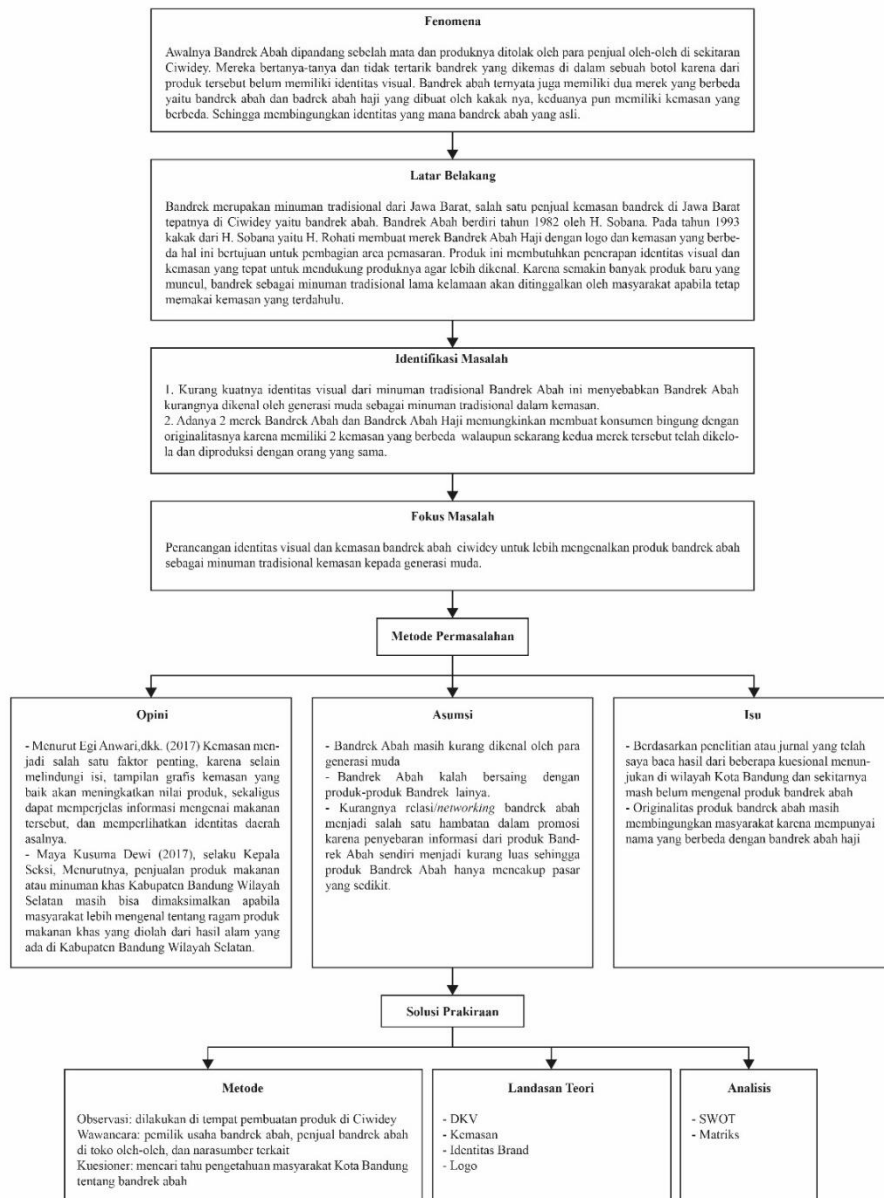
Penulis mencari ringkasan tertulis dari artikel, jurnal, buku maupun internet yang berkaitan dengan identitas, merek, kemasan dan penelitian terkait sebagai informasi data.

4. Kuesioner

Penulis akan menyebarkan kuesioner melalui media sosial atau kepada responden di beberapa titik di Kota Bandung untuk mengetahui seberapa banyak yang mengetahui produk Bandrek Abah

1.6 Kerangka Perancangan

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN BANDREK ABAH CIWIDEY BANDUNG



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

BAB 1 menjelaskan permasalahan-permasalahan dari latar belakang yang sedang terjadi, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode penelitian sampai kerangka perancangan terkait objek yang diteliti

BAB II DASAR PEMIKIRAN

BAB II menjelaskan dasar pemikiran dan teori-teori yang relevan serta berkaitan dengan topik perancangan yang dibuat. Beberapa contoh teori yang nanti akan digunakan dalam penelitian ini mencakup teori desain komunikasi visual, *brand identity*, teori kemasan, teori logo.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

BAB III berisi hasil pengumpulan data dan analisis masalah dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner lalu akan diproses melalui analisis SWOT sehingga dapat menghasilkan konsep perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

BAB IV berisi ide perancangan karya yang akan dibuat seperti konsep media, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep komunikasi yang akan dibuat hingga hasil akhir perancangan.

BAB V PENUTUP

BAB V berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian dan perancangan yang telah dibuat