

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak tempat wisata di Indonesia yang menarik untuk dikunjungi dan tak jarang wisatawan dari luar negeri berkunjung untuk melihatnya secara langsung (Muktaf & Zulfiana, 2018). Seperti salah satu tempat wisata di Kabupaten Kediri yang bernama Kampung Inggris. Kampung Inggris merupakan tempat wisata berbasis edukasi yang menawarkan kegiatan pembelajaran bahasa Inggris bagi wisatawan yang berkunjung. Pembelajarannya cukup unik karena kampung ini menawarkan berbagai kegiatan pendidikan yang diadakan dalam bentuk wisata berkembang aktif, yang memungkinkan wisatawan terlibat langsung pada kegiatan dan interaksi dengan masyarakat setempat. Kampung Inggris ini berlokasi di Desa Tulungrejo dan Desa Pelem Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur (Mualifah & Roekminiati, 2018).

Kampung Inggris telah berdiri sejak tahun 1977. Hingga saat ini, daerah tersebut masih ramai oleh rombongan pelajar yang berkunjung untuk mengisi waktu liburan sekolah, maupun masyarakat dari berbagai daerah juga datang untuk belajar Bahasa Inggris disana. Dalam upaya pengembangan Kampung Inggris-Pare, pemerintah Kabupaten Kediri sedang berupaya menjadikan Kampung Inggris sebagai lokasi eduwisata yang lebih maju dan professional (Ciputra dalam surabaya.kompas.com, 2022).

Keberadaan suatu tempat wisata, baik wisata bisnis, wisata liburan maupun wisata pendidikan (eduwisata) seperti Kampung Inggris, akan memengaruhi mata pencaharian ekonomi masyarakat lokal di sekitar lokasi tersebut. Terlebih lagi, sudah ada lembaga kursus Bahasa Inggris dengan jumlah kurang lebih 165 tempat disana (Yuliningtyas, 2021). Melihat ramainya pengunjung eduwisata Kampung Inggris, Adrian Bagus sebagai pemilik salah

satu kafe disana menangkap peluang usaha tersebut. Beliau mendirikan kafe bernama “Grin Cafe”.

Grin Cafe berlokasi di Jl. TGP No. 20 Kecamatan Pare, Jawa Timur dan telah berdiri sejak tahun 2014. Pada awalnya lokasi kafe ini tepat berada di tengah-tengah Kampung Inggris, namun di tahun 2018 terpaksa pindah karena biaya sewa kontrakan semakin mahal. Kemudian di tahun 2019 Grin Cafe berhasil dibuka kembali di dekat Kampung Inggris dan mampu bertahan hingga sekarang. Nama kafe sendiri diambil dari Bahasa Inggris yang berarti ‘menyeringai’ atau tersenyum lebar. Pemilik memberi nama tersebut dengan tujuan agar orang-orang yang berkunjung ke kafe tersebut bisa bahagia dan tersenyum lebar.

Keunikan tempat kafe ini bisa menjadi salah satu unggulan yang ditawarkan oleh sang pemilik. Nuansa yang tenang dan jauh dari keramaian seringkali menjadi pilihan utama pelanggan yang berkunjung disana. Meski jauh dari keramaian, tempat ini cukup mudah ditemukan karena lokasinya tidak jauh dari Kampung Inggris dan jalan utama. Grin Cafe tepat berada disamping rumah tua ber-arsitektur zaman Belanda dan hal ini menjadi daya tarik tersendiri karena berbeda dari kafe yang lain. Harga makanan dan minuman yang ditawarkan pun lebih terjangkau. Akan tetapi ada beberapa kendala pada Grin Cafe, yaitu identitas visual seperti logo yang belum mampu mewakili *value* Grin Cafe. Dalam wawancara bersama Adrian sang pemilik kafe, beliau membuat logo kafe sendiri dengan visual logo inisial huruf ‘G’ untuk Grin Cafe dan dibuat menggunakan *handphone* untuk sekadar pelengkap saja. Hal ini menjadi kendala tersendiri dalam melakukan promosi karena terbatasnya identitas visual yang ada. Kendala lain menurut Adrian yaitu masih banyak masyarakat lokal maupun wisatawan belum mengetahui keberadaan kafe ini. Seiring berjalannya waktu, bisnis-bisnis kuliner seperti rumah makan maupun kafe juga semakin beragam dan banyak ditemui disana (Maula, 2019). Hal tersebut membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat.

Dari kendala yang ada, melakukan perancangan identitas visual Grin Cafe dapat menjadi solusi yang tepat untuk dilakukan. Menurut Swasty (2016:107), *branding* merupakan upaya yang dilakukan oleh pemilik merek

dalam menciptakan perbedaan. Perbedaan tersebut dapat tercipta dari identitas visual merek. Sesuai namanya, identitas visual merupakan identitas merek yang berwujud visual saja (Rustan, 2021:18). Dengan melakukan *branding* pada identitas visual Grin Cafe, akan tercipta kebaruan identitas visual yang konsisten dan lebih sesuai, sehingga mampu menarik minat pelanggan, *brand* lebih mudah diingat dan *awareness* di masyarakat semakin meningkat.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi permasalahan yang ada yaitu:

1. Identitas visual seperti logo milik Grin Cafe belum mampu mewakili *value* yang dimiliki *brand* tersebut.
2. Banyak masyarakat lokal maupun wisatawan Kampung Inggris belum mengetahui keberadaan Grin Cafe.
3. Bisnis kuliner semakin beragam dan banyak ditemui di lokasi Kampung Inggris Pare, sehingga membuat persaingan bisnis menjadi makin ketat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Mengapa Grin Cafe perlu *re-branding* visual?
2. Bagaimana merancang identitas visual Grin Cafe yang menarik agar lebih dikenal masyarakat?

1.3 Ruang Lingkup

Bahasan dalam *branding* identitas visual sangatlah luas, untuk itu diperlukan adanya batasan masalah agar tetap fokus pada permasalahan utama. Batasan masalah menggunakan teknik 5W+1H sebagai berikut:

1. Apa : Perancangan ulang identitas visual Grin Cafe Pare.
2. Siapa : Grin Cafe.

3. Mengapa : Perancangan ulang identitas visual Grin Cafe ini bertujuan untuk menciptakan kebaruan identitas visual yang lebih sesuai dan mampu meningkatkan *brand awareness* di masyarakat.
4. Tempat : Penelitian dilakukan di Kec. Pare, Kab. Kediri, Jawa Timur.
5. Waktu : Pengumpulan data mulai dilakukan pada bulan Maret 2022.
6. Bagaimana : Perancangan penelitian dilakukan dengan cara observasi langsung pada Grin Cafe, wawancara dengan pemilik Grin Cafe dan studi pustaka yang mendukung penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai dasar perancangan dalam tugas akhir, yakni perolehan data yang dianalisis menjadi strategi perancangan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pengetahuan yang diterapkan langsung dalam kehidupan serta berdampak bagi sekitar.

Tujuan perancangan dalam tugas akhir ini yang berkaitan dengan rumusan masalah, yaitu:

1. Menciptakan identitas visual Grin Cafe yang lebih sesuai, menarik dan konsisten, serta meningkatkan *awareness* di masyarakat.

1.5 Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:12), Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang biasa disebut metode artistik karena proses penelitiannya lebih mengarah pada seni (bersifat kurang terpol). Metode ini disebut juga sebagai metode interpretive, karena hasil penelitian lebih mengacu pada data yang ditemukan di lapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara terhadap pihak terkait, observasi dan studi pustaka.

1.5.1 Wawancara

Menurut Arikunto (2010:198), “Wawancara adalah percakapan yang dilangsungkan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara”. Wawancara digunakan apabila jumlah responden sedikit dan

jika ingin mengetahui informasi lebih mendalam dari responden (Sugiyono, 2018:167).

Terdapat dua teknik dalam wawancara, yakni wawancara tidak terstruktur dan wawancara terstruktur. Untuk memperoleh data pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, yakni wawancara dengan menggunakan panduan daftar pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya untuk mendapatkan data dari beberapa narasumber dalam waktu penelitian yang terbatas (Soewardikoen 2019:58). Wawancara terstruktur dilakukan bersama Adrian Bagus selaku pemilik Grin Cafe dan beberapa pemilik proyek sejenis.

1.5.2 Observasi

Menurut Arikunto (2010:199), “Observasi dalam pengertian psikologi dapat disebut juga pengamatan, yaitu kegiatan memusatkan perhatian pada suatu objek melalui seluruh alat indra.” Jadi, observasi ialah pengamatan langsung terhadap suatu objek.

Observasi dilakukan pada Grin Cafe dengan berkunjung ke Grin Cafe secara langsung. Observasi juga dilakukan pada identitas visual Grin Cafe, serta mengamati beberapa logo kafe yang sudah ada. Hal ini dilakukan untuk mengetahui aspek visual apa saja yang digunakan seperti warna, bentuk, tipografi, dll.

1.5.3 Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan teknik pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari buku, literatur, catatan dan laporan, yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti (Nazir 2013:93 dalam Ricko & Junaidi 2019:234). Studi Pustaka dilakukan melalui membaca buku, jurnal dan berita terkait dengan latar belakang masalah (Soewardikoen dalam Alyaziyan 2021:6). Studi pustaka pada penelitian ini dilakukan dengan mencari dan menelaah informasi dari sumber-sumber valid yang dapat menunjang penelitian.

1.6 Cara Analisis Data

Menurut Soewardikoen (2019:81), menganalisis data adalah kegiatan pemeriksaan terhadap suatu peristiwa agar mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis data ini berguna untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis matriks dan analisis SWOT.

1.6.1 Analisis Matriks

Analisis matriks menurut Soewardikoen (2019: 104) adalah membandingkan data dengan cara menjajarkan. Matriks tersusun atas baris dan kolom yang menampakkan dua dimensi berbeda dan sangat bermanfaat untuk membandingkan seperangkat data, seperti untuk mengidentifikasi persamaan maupun perbedaan pada data penelitian yang telah didapat sebelumnya.

Dengan begitu analisis matriks digunakan dengan membandingkan suatu objek visual agar mampu terlihat perbedaannya sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai data yang ingin didapat. Dalam penelitian ini analisis matriks digunakan untuk menentukan strategi perancangan identitas visual Grin Cafe dengan pertimbangan data-data yang telah diperoleh.

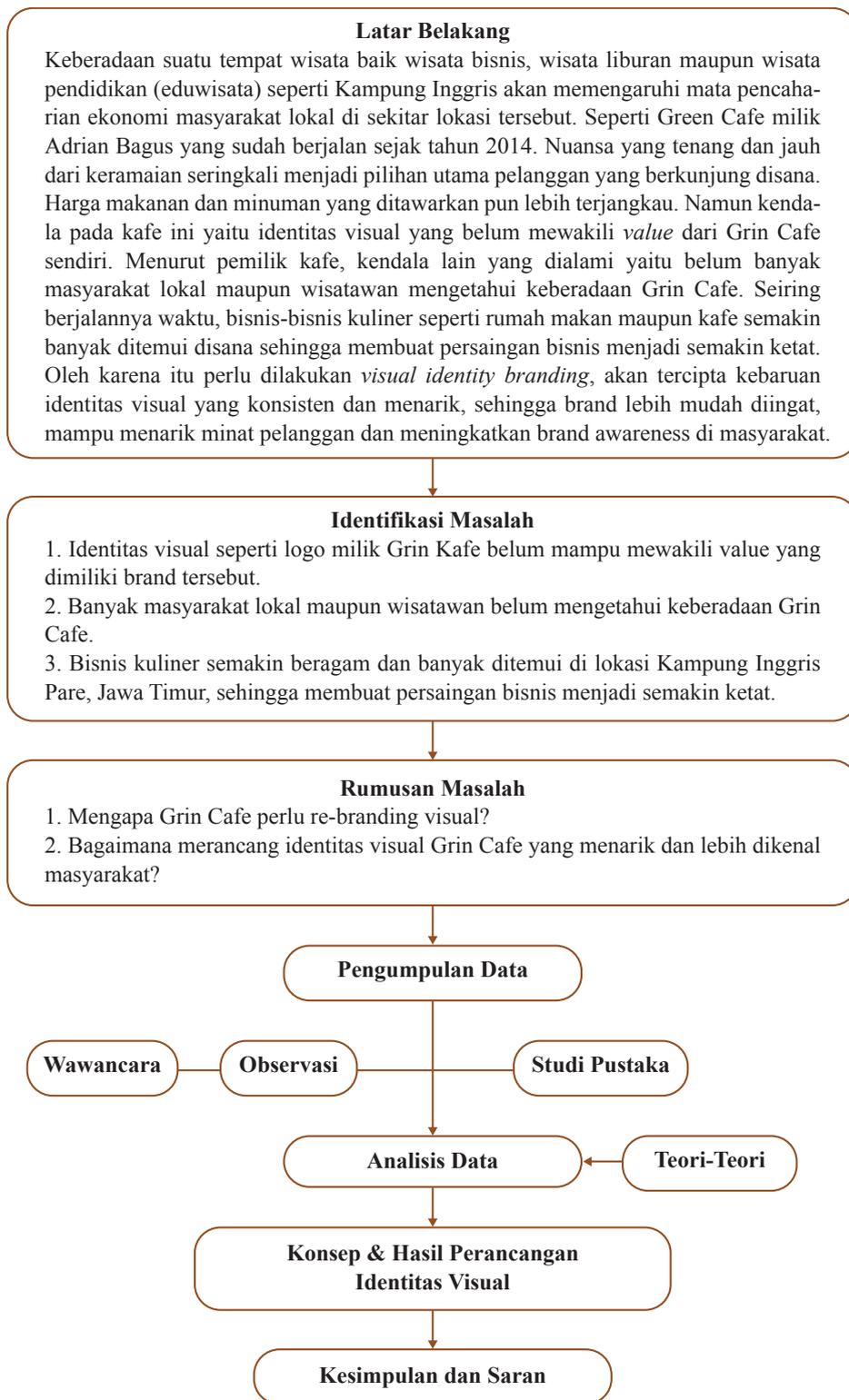
1.6.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT umumnya diterapkan dalam menilai suatu perusahaan, yaitu dengan mempertimbangkan faktor internal yang berupa *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan), serta faktor eksternal yang berupa *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) (Soewardikoen 2019: 108).

1. *Strength* (Kekuatan) adalah faktor internal yang berupa kelebihan atau kekuatan perusahaan, yang membantu perusahaan untuk menggapai tujuannya.
2. *Weakness* (Kelemahan) adalah faktor internal perusahaan yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya.
3. *Opportunity* (Peluang) adalah faktor eksternal perusahaan yang mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya.
4. *Threat* (Ancaman) adalah faktor eksternal perusahaan yang menghalangi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

1.7 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan alur dari proses perancangan ini.



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

Penulisan tugas akhir disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1.8.1 BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, cara analisis data, hingga kerangka penelitian. Pada bab ini menjelaskan permasalahan awal terkait topik yang diangkat yaitu *branding* identitas visual dan tujuan penelitian untuk mendukung proses perancangan identitas visual pada Grin Cafe. Selain itu, bab ini menjelaskan metode pengumpulan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

1.8.2 BAB II Dasar Pemikiran

Bab ini berisi teori-teori yang diperoleh dari literatur-literatur yang valid dan sesuai dengan topik penelitian. Teori-teori tersebut digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Teori mendukung dalam analisis data visual maupun analisis *branding* agar pembahasan lebih akurat.

1.8.3 BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini berisi data-data penelitian, seperti data hasil observasi visual, data hasil wawancara serta analisis dari masing-masing data yang mengacu pada teori yang relevan. Pada bab ini diperoleh kesimpulan analisis data untuk memecahkan permasalahan penelitian ini.

1.8.4 BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi uraian penjelasan konsep yang akan dilakukan pada perancangan identitas visual, serta memuat hasil seluruh karya berupa identitas visual Grin Cafe Pare.

1.8.5 BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang telah terlaksana dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya, seperti ide, solusi atau referensi yang digunakan pada penelitian.