

BAB II

PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN

A. Latar Belakang

Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di merupakan bisnis keluarga yang bergerak dibidang kuliner. Usaha yang terletak di Jalan Selokan Mataram no.1-B, Pringgolayan, Dabag, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta ini telah berdiri sejak tahun 2013. Usaha ini dibangun di depan rumah dengan suasana yang masih sederhana dan belum memiliki identitas visual yang khas. Kurangnya identitas visual menjadikan usaha ini kurang menarik perhatian dan susah dikenali.

Di era modern ini identitas visual merupakan salah satu hal penting dalam memulai sebuah usaha. Identitas visual adalah wajah pertama yang dilihat oleh audiens ketika suatu brand atau usaha muncul. Dengan adanya identitas visual, audiens akan lebih mudah untuk mengingat usaha tersebut. Identitas visual yang menarik juga dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap kualitas produk yang dimiliki. Identitas visual sendiri memiliki beberapa elemen, diantaranya adalah logo, warna, tipografi, maupun bentuk fisik dari usaha tersebut seperti seragam, banner, kartu nama, dan sebagainya.

Dari permasalahan tersebut, penulis berencana merancang identitas visual untuk usaha Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di. Perancangan ini akan dimulai dengan pembuatan logo. Logo yang sudah jadi nantinya akan diaplikasikan kedalam beberapa media promosi cetak. Kemudian akan dilanjutkan dengan pembuatan konten promosi media sosial Instagram untuk memperluas target pasar, mengingat kebanyakan orang saat ini sudah memiliki gawai dan akses internet, menjadikan konten promosi di media sosial ini lebih mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

B. Data Objek

1. Profil lengkap objek perancangan



Gambar 2.1 Warung Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di

Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di merupakan sebuah bisnis keluarga yang bergerak dibidang kuliner dan sudah berdiri sejak tahun 2013. Usaha yang dibangun didepan rumah ini kini dijalankan oleh Ibu Sugiyanti. Usaha ini buka setiap hari Senin-Sabtu, mulai pukul 12.00 WIB hingga pukul 20.30 WIB.

Rica-rica merupakan makanan khas Manado, Sulawesi Utara yang terkenal dengan rasa pedasnya. Rica-rica atau rica sendiri merupakan bumbu pedas yang biasa terdapat pada masakan Manado. Bumbu rica ini terdiri dari cabai rawit merah, bawang merah, bawang putih, jahe, garam, gula, dan beberapa rempah lainnya. Biasanya, bumbu rica ini diolah dengan berbagai bahan protein, seperti daging ayam, sapi, dan ikan. Kebetulan bahan yang dipakai disini adalah daging ayam dan enthog/menthok/itik serati yang dimasak dengan bumbu rica.

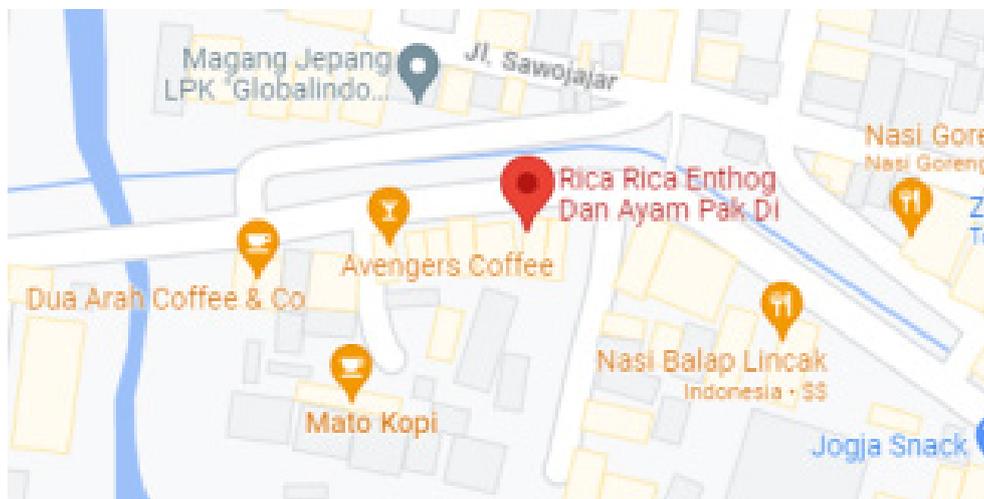
Warung rica-rica Pak Di ini berlokasi di Jalan Selokan Mataram no.1-B, Pringgolayan, Dabag, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Tempatnya yang berada dipinggir jalan raya ini membuat usaha ini mudah untuk diakses. Tetapi untuk tempatnya sendiri tidak terlalu besar, kurang lebih cukup untuk 8 orang jika makan ditempat. Sementara itu untuk lahan parkir kurang lebih cukup untuk 4 sepeda motor.



Gambar 2.2 Suasana warung
Rica-Rica Pak Di

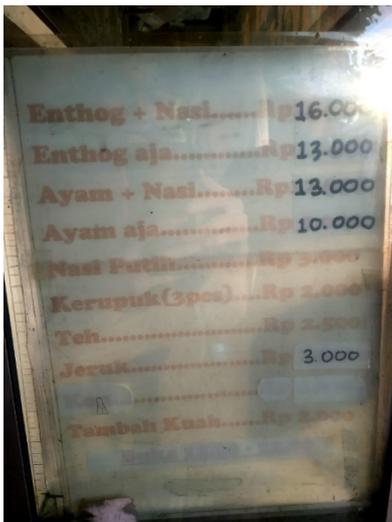


Gambar 2.3 Suasana warung
Rica-Rica Pak Di



Gambar 2.4 Lokasi warung di google maps

Produk yang ditawarkan disini adalah rica-rica enthog, rica-rica ayam, nasi, teh, jeruk, dan kerupuk seperti yang tertera pada gambar 2.5. Keunggulan rica-rica disini adalah bumbunya yang diproses dengan cara tradisional yaitu dengan ditumbuk. Bumbu yang dihaluskan dengan cara ditekan akan membuat minyak alami dari bahan(kemiri, bawang merah, bawang putih, merica) keluar. Minyak alami inilah yang membuat masakan terasa lebih enak dan memiliki aroma yang khas. Selain itu, tingkat kepedasan rica-rica disini juga dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Untuk produk yang sering dibeli disini adalah rica-rica ayam. Lalu, untuk pembayaran disini dapat menggunakan uang tunai maupun uang nontunai(QRIS).



Gambar 2.5 Daftar menu
Rica-Rica Pak Di



Gambar 2.6 Lumpang dan
alu

Karena bentuknya yang hampir mirip, cara membedakan rica-rica ayam dan enthog selain dari rasanya adalah warna dagingnya. Warna daging ayam cenderung lebih cerah dibandingkan dengan daging enthog.



Gambar 2.7 Rica-rica enthog
dan nasi



Gambar 2.8 Rica-rica ayam
dan nasi

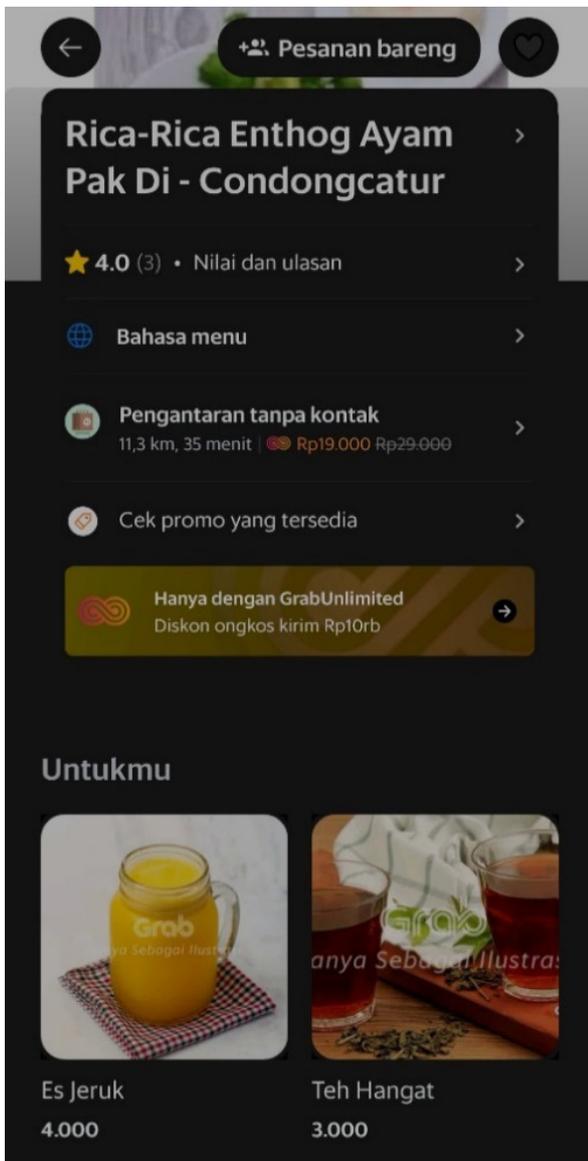


Gambar 2.9 Rica-rica enthog

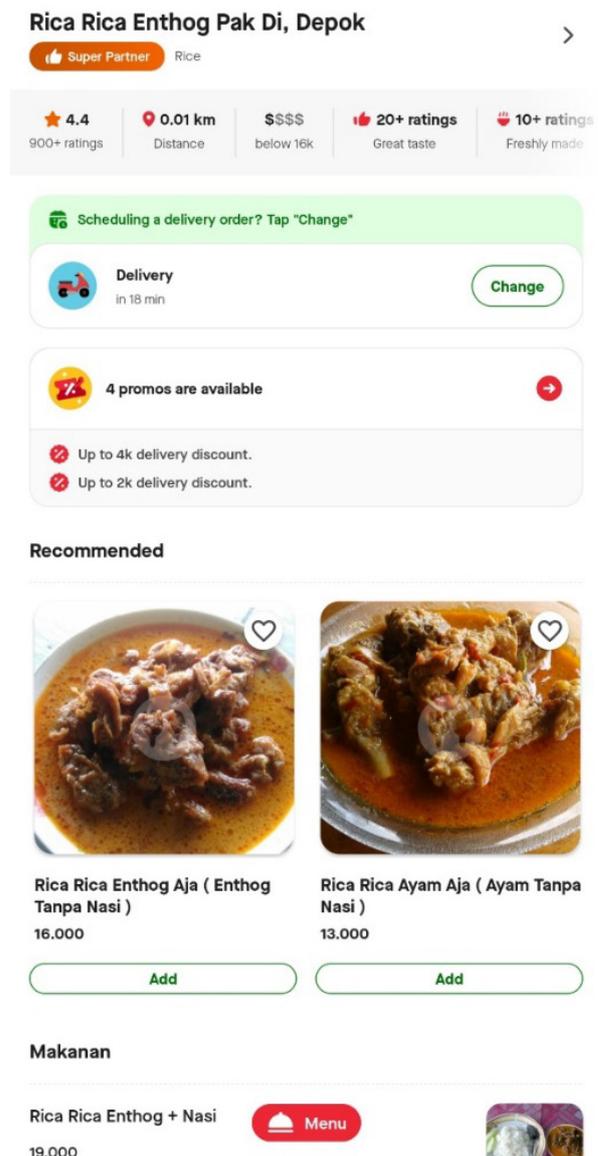


Gambar 2.10 Rica-rica ayam

Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di juga telah melakukan promosi melalui aplikasi online Gojek dan Grab, sehingga konsumen yang tidak memiliki waktu yang cukup untuk datang langsung kesana dapat memesan melalui aplikasi online Gojek atau Grab



Gambar 2.11 Promosi pada Grabfood



Gambar 2.12 Promosi pada Gofood

2. Profil singkat target audiens

a. Demografis

Usia	: 17-35
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pekerjaan	: Pelajar, Mahasiswa, & Pegawai
Tingkat Ekonomi	: Menengah Keatas

b. Geografis

Daerah : Sekitar Depok, Sleman, Yogyakarta

c. Psikografis

Target audiens dalam perancangan ini ditujukan untuk masyarakat umum disekitar Depok, Sleman, Yogyakarta khususnya para pecinta kuliner pedas.

C. Analisa SWOT

1. Kekuatan / strength

Bumbu terasa lebih enak karena masih menggunakan cara tradisional(ditumbuk) untuk pengolahannya, level pedas bisa request sesuai selera, penyajian yang cukup cepat untuk 1 porsi yaitu kurang dari 5 menit, kerja sama dengan aplikasi online Grab dan Gojek untuk membantu penjualan online, QRIS(QR code) untuk membantu pembayaran nontunai.

2. Kelemahan / weakness

Belum adanya identitas visual yang khas, kurangnya promosi online pada media sosial instagram.

3. Peluang / opportunity

Lokasi yang dekat dengan kampus dan SMK akan menguntungkan karena sudah tidak ada lagi PPKM(Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) karena pandemi Covid-19.

4. Ancaman / threat

Kompetitor dengan menu yang serupa dengan lahan yang lebih luas seperti Ayam Rica-Rica Masker di Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta.

Berdasarkan analisa SWOT diatas, kurangnya identitas visual mengakibatkan warung Rica-Rica Enthog dan Ayam Pak Di lebih susah dikenali oleh audiens. Sehingga dengan dibuatnya perancangan ini diharapkan dapat memberikan kesan identitas visual yang mudah dikenali dan diingat oleh audiens atau konsumen yang membeli produk mereka. Sementara itu, pembuatan konten sosial media Instagram ditujukan untuk membantu memperluas target pasar