

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Ledug adalah suatu desa yang berada di kecamatan Prigen, kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Desa yang berjarak 47 Km dari Kota Pasuruan ini berada di kaki gunung Ringgit yang mempunyai ketinggian 2100 Mdpl, tepatnya berada di utara gunung Arjuna dan gunung Welirang. Desa Ledug Prigen merupakan suatu daerah yang beriklim dingin di wilayah Pasuruan Jawa Timur yang memiliki cuaca yang sejuk, pemandangan alam yang masih natural, serta sumber mata air yang masih terjaga.

Tanah yang subur dan udara yang masih alami merupakan salah satu potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh desa Ledug yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat setempat, dengan keahlian yang diwariskan turun-temurun dari nenek moyang dibidang pertanian, masyarakat desa Ledug terkenal dengan hasil pertanian yang berkualitas dan merupakan salah satu penghasil buah-buahan, tanaman hias, cengkeh dan biji kopi. Khusus untuk biji kopi, masyarakat desa Ledug sudah mengolahnya menjadi sebuah produk yang bisa dinikmati dan dikonsumsi, masyarakat desa Ledug memiliki beberapa kelompok petani kopi disetiap dusunnya, salah satunya kelompok petani kopi yang bernama Sekar Arabika, Sekar Arabika merupakan kelompok petani kopi yang berada di desa Ledug khususnya di dusun Paras, Sekar Arabika mempunyai beberapa produsen kopi yang cukup terkenal salah satunya Begawan Ringgit yang didirikan oleh Pak Suprpto.

Begawan Ringgit berdiri dari tahun 2018 tepatnya di desa Ledug, dusun Paras, Rt 03 Rw 06, Kecamatan Prigen. Arti dari nama Begawan Ringgit diambil dari kata Begawan dan Ringgit, kata Begawan mempunyai arti “orang yang dianggap sebagai peletak dasar dalam bidang tertentu”, Sedangkan Pak Suprpto selaku pendiri Begawan Ringgit, beliau juga berperan sebagai ketua dari Sekar Arabika, oleh karena itu Pak Suprpto memberi nama usahanya dengan tambahan kata Begawan. Untuk kata Ringgit itu sendiri diambil dari nama gunung Ringgit yang menjadi tempat untuk menanam biji kopi tersebut.



Gambar 1 Foto Rumah  
(Sumber Pribadi)



Gambar 2 Foto Kedai  
(Sumber Pribadi)

Begawan Ringgit menanam tumbuhan kopi diketinggian 1200Mdpl, Begawan Ringgit sendiri memproduksi 2 jenis kopi diantaranya kopi Arabika dan kopi Robusta. Kopi Arabika yang diproduksi oleh Begawan Ringgit mempunyai ciri khas rasa buah yang sedikit asam, sedangkan untuk kopi Robusta memiliki ciri khas rasa kecoklatan dan sedikit memiliki rasa kacang-kacangan yang menonjol ke rasa pahit. Kopi Arabika yang diproduksi oleh Begawan Ringgit memiliki 2 varian proses diantaranya, proses kering dan basah. Proses kering meliputi proses Natural dan Wine, sedangkan proses basah meliputi proses Fullwash, Doublewash, Black Honey, Red Honey dan Yellow Honey. Untuk proses Natural hanya menggunakan cara dikeringkan lalu diulser, sedangkan proses Wine hampir sama dengan proses Natural, akan tetapi proses Wine memakan waktu yang lebih lama dengan cara dikeringkan selama +- 32 hari. Untuk proses Fullwash dilakukan dengan cara biji kopi dicuci lalu dihilangkan dagingnya sehingga meninggalkan kulit ari dan biji kopi, kemudian dijemur sampai kadar air menjadi 10 – 12 %. Sedangkan untuk proses Doublewash sama dengan proses Fullwash, akan tetapi proses Doublewash dilakukan dengan 2x pencucian. Untuk proses Honey dihilangkan kulit ari dan biji kopi sehingga hanya meninggalkan daging kopi, untuk Black Honey kulit ari dan bijinya dibuang 80%, Red Honey kulit ari dan bijinya dibuang 75% dan Yellow Honey kulit ari

dan bijinya dibuang 65%. Proses Natural, proses Wine dan proses Fullwash dibandrol dengan harga Rp.80.000/Kg, sedangkan untuk proses Black Honey dibandrol dengan harga Rp.100.000/Kg, Red Honey dibandrol dengan harga Rp.95.000/Kg, untuk Yellow Honey dan Doublewash dibandrol dengan harga Rp.90.000/Kg. Untuk kopi Robusta hanya memiliki satu proses yaitu, proses Natural dengan kisaran harga Rp.55.000/Kg. Untuk panen kopi Arabika hanya dilakukan sekali dalam setahun, diantara bulan Mei – September, sedangkan untuk kopi Robusta dipanen setahun sekali diantara bulan September – November.



Gambar 3 Foto Biji Kopi  
(Sumber Pribadi)



Gambar 4 Foto Biji Kopi  
(Sumber Pribadi)

Pak Suprpto selaku pemilik Begawan Ringgit awalnya memasarkan produknya melalui mulut ke mulut teman terdekatnya, seiring berjalannya waktu beliau melakukan pemasaran melalui sosial media yang meliputi Facebook dan Instagram, sehingga banyak dikenal oleh kalangan anak muda. Ditahun 2019 beliau mulai mensuplai beberapa kedai kopi yang berada diluar kecamatan Prigen, salah satunya kecamatan Pandaan. Seiring berjalannya waktu ditahun 2020 produk dari Begawan Ringgit mulai dikenal banyak orang dan mulai merambah di berbagai luar Kabupaten dan Provinsi diantaranya, Surabaya, Bandung, Yogyakarta dan Kalimantan.

Begawan Ringgit memiliki target pasar anak muda dan mempunyai cita rasa khas yang dan nikmat, saat ini permasalahan dari Begawan Ringgit berada di identitas visualnya yang masih belum kuat dan masih terbilang belum bisa mengikuti pasar kalangan anak muda. Berdasarkan masalah diatas, Pak Suprpto mengatakan kalau kelemahan dari Begawan Ringgit terletak di identitas visual yang kurang menarik di mata masyarakat maupun konsumen sehingga penulis tergerak untuk membantu usaha dari Pak Suprpto melalui Rebranding kopi Begawan Ringgit.



Gambar 5 Foto Logo  
(Sumber Pribadi)



Gambar 6 Foto Kemasan Produk  
(Sumber Pribadi)

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ditemukan beberapa rumusan masalah yang terjadi pada Begawan ringgit, sebagai berikut:

Permasalahan yang dimiliki oleh Begawan Ringgit terletak pada logo, kemasan dan Visual Branding. 3 hal itu yang memiliki peran yang penting dalam menjalankan sebuah usaha. Oleh sebab itu Begawan Ringgit perlu *merebranding* visual untuk menciptakan identitas yang pas untuk karakter dari Begawan Ringgit dan juga agar mudah dikenal

oleh masyarakat luas yang terutama untuk target audiensnya, yaitu anak muda yang menyukai kopi. Maka rumusan perancangan yang akan dilakukan oleh penulis ialah “Bagaimana cara *rebranding* visual Begawan Ringgit agar sesuai dengan identitas ataupun karakter dari Begawan Ringgit dan bisa menciptakan brand *awareness* yang sesuai dengan masyarakat luas maupun segmen target audiens?”

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah dalam sebuah perancangan dilakukan untuk menghindari adanya penyimpangan dan juga pelebaran pembahasan suatu masalah, agar perancangan tersusun secara sistematis dan terarah agar dapat mempermudah proses perumusan pembahasan, sehingga tujuan dari perancangan tersebut akan tercapai. Beberapa batasan masalah perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan ini hanya ditujukan untuk perancangan *rebranding visual* Begawan Ringgit
2. Perancangan ini hanya membahas kopi Begawan Ringgit
3. Objek dari segala perancangan ini hanya mencakup pembahasan tentang masalah identitas visual kopi Begawan Ringgit

### **D. Tujuan Perancangan**

Tujuan yang hendak dicapai dari perancangan ini sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan wajah baru identitas visual kopi Begawan Ringgit
2. Memperkenalkan produk kopi Begawan Ringgit melalui identitas visual yang baru ke masyarakat.

### **E. Manfaat Perancangan**

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

### **1. Bagi Begawan Ringgit**

Membuat suatu Identitas Visual yang sesuai karakter Begawan Ringgit kopi, serta mengaplikasikan ke berbagai media. Dan juga bisa meningkatkan citra Begawan Ringgit kopi dikalangan konsumen yang menyukai kopi, yang terutama anak muda.

### **2. Bagi Penulis**

Perancangan Rebranding Begawan Ringgit kopi, membuat penulis lebih mengetahui tentang tata cara pembuatan perancangan sampai penggunaan media yang tepat untuk Begawan Ringgit kopi.

### **3. Bagi Lembaga**

Sebagai sumber referensi tulisan atau perancangan tentang perancangan desain rebranding sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan, khususnya Desain Komunikasi Visual.

### **4. Bagi Bidang Keilmuan**

Mengembangkan kreativitas dan ide untuk menciptakan Desain Komunikasi Visual yang mudah dipahami, komunikatif dan juga tepat sasaran. Serta menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dan didapatkan di bangku perkuliahan.

### **5. Bagi Masyarakat**

Tujuan dari perancangan me-rebranding identitas visual kopi Begawan Ringgit adalah untuk memperkenalkan produk kopi Begawan Ringgit kepada masyarakat. Dengan ini diharapkan masyarakat bisa mengetahui bahwa ada produk kopi yang nikmat dan alami dengan cita rasa yang sehat.

## F. Skema Perancangan

