

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Perancangan

Laff Cheese Cake merupakan produk UMKM yang menawarkan jajanan ringan kekinian berupa *dessert*/cemilan yang terbuat dari beberapa bahan keju yang menyerupai es krim dengan varian rasa original keju, coklat dan matcha. Brand *Laff Cheese Cake* beralamat di Jl. Cindelaras Gang Randu 4, Maguwoharjo Depok Sleman Yogyakarta.

Dirintis pada akhir Januari 2019, oleh seorang mahasiswi lulusan sebuah universitas yang ada di Yogyakarta. Berawal dari coba-coba membuat *dessert* hingga akhirnya menemukan resep yang pas untuk produk tersebut, kemudian pemilik usaha tersebut memulai usahanya dengan berjualan melalui sistem *online*, serta membuka *outlet* hingga sekarang. Kini *Laff Cheese Cake* bisa dinikmati untuk semua kalangan.

Meskipun tergolong usaha kecil, *brand Laff Chese Cake* juga sudah mulai populer di beberapa kalangan masyarakat. Baik di kalangan profesional muda, kaum sosialita, ibu rumah tangga, mahasiswa bahkan sampai anak-anak yang ada di Yogyakarta.

Namun seiring dengan berjalannya waktu, pasang surut penjualan kian terasa. Pemilik *brand Laff Cheese Cake* sendiri mengaku telah mengalami persaingan dengan brand-brand sejenis hingga mengakibatkan menurunnya angka penjualan serta berkurangnya peminat produk *Laff Cheese Cake*.

Hingga saat ini masih belum ada peningkatan omset secara signifikan, ditambah dengan tingginya harga serta kelangkaan *supply* bahan untuk membuat produk *Laff Cheese Cake*.

Dengan menggunakan metode 'harga promo' yang juga sudah pernah ditempuh guna mendatangkan keuntungan dari pasar sendiri, pemilik *brand Laff Cheese Cake* masih merasa kurang puas dengan metode ini dan berharap dengan adanya inovasi baru baik dari segi produk maupun '*visual identity*', yang mampu

membuat *brand Laff Cheese Cake* semakin memantapkan langkah agar siap bersaing dengan kompetitor-kompetitornya serta mengenalkan pada pecinta varian *dessert* bernuansa keju yang belum mengenal *brand Laff Cheese Cake*.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan merancang kembali '*visual identity*' produk *Laff Chese Cake* dengan metode analisis SWOT, dimana penulis akan mengidentifikasi terlebih dahulu dimana letak keunggulan produk *Laff Cheese Cake* dengan produk-produk yang lain, mencari kelemahan produk *Laff Cheese Cake* sehingga menyebabkan turunnya angka penjualan, peluang yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk merancang ulang '*visual identity*' produk *Laff Cheese Cake*, serta mewaspadaikan ancaman yang mungkin beresiko terhadap penjualan produk tersebut.

Setelah melalui tahap analisis SWOT, kemudian penulis akan masuk ke dalam tahap analisis STP (*Segmenting, Targeting* dan *Positioning*) untuk mengetahui dan menentukan target *market* yang relatif tepat bagi produk *Laff Cheese Cake* agar siap dipasarkan. Lalu tahap yang terakhir adalah penulis mulai merancang '*visual identity*' produk *Laff Cheese Cake* sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat diuraikan adalah:

Bagaimana Merancang ulang brand *Laff Cheese Cake* sehingga dapat menarik pecinta kuliner di Yogyakarta dan sekitarnya untuk membeli.

1.3 Tujuan Perancangan

Perancangan buku ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya untuk membeli produk *Laff Cheese Cake*, khususnya pecinta kuliner yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya.

1.4 Manfaat Perancangan

Perancangan buku ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Akademis

Menambah referensi kepustakaan di bidang desain komunikasi visual khususnya dalam proses *rebranding* sebuah '*visual identity*' salah satu UMKM di Yogyakarta.

2. Penulis

Memberikan pengetahuan dan pengalaman dalam perancangan *rebranding* sebuah '*visual identity*' serta menjadi acuan bagi penulis untuk dapat berkarya, berekspresi serta ikut berpartisipasi dalam proses pembuatan *rebranding* produk UMKM *Laff Cheese Cake*.

3. Masyarakat

Agar masyarakat diharapkan untuk tertarik membeli produk *Laff Cheese Cake*.

4. Pemilik Outlet

Dapat meningkatkan angka penjualan.

1.5 Batasan Perancangan

Perancangan buku ini hanya akan membahas tentang bagaimana langkah *rebranding Laff Cheese Cake*, seperti; logo, packaging serta media promosinya di Maguwoharjo-Sleman.

1.6 Skema Perancangan

Berikut adalah gambaran atau bagan dalam proses pembuatan buku yang akan digunakan sebagai tugas akhir:

Skema Perancangan

