**BAB I**

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kopi sudah menjadi kebutuhan masyarakat, tidak hanya untuk orang tua saja tetapi juga untuk remaja khususnya milenial yang menyukai kopi. Mereka menjadi kan kopi sebagai teman saat sedang bekerja maupun bertugas. Bisnis industri kopi pun kini semakin pesat sehingga semakin mudah untuk para remaja milenial menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk bekerja atau bertugas.

Menurut Olivia (2014:1-2) kopi merupakan minuman yang memiliki peminat yang paling banyak untuk dikonsumsi di seluruh dunia. Masyarakat selalu mengandalkan kopi untuk menjadi penghilang rasa kantuk, maka tak heran jika kopi dijadikan teman bergadang saat mengerjakan pekerjaan,bertugas, bahkan bersantai Bersama teman – teman. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kandungan dari kopi juga mampu membuat orang menjadi ketergantungan dan membuat tekanan darah menjadi naik sementara dan juga membuat hormone menjadi stress disertai dengan detak jantung yang berdebar kencang.

Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke kedai kopi bukan hanya karena ingin mencoba kopi yang khas dari kedai kopi tersebut melainkan untukmenghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga, menikmati fasilitas yang diberikan, bahkan hanya sekedar nongkrong dan memenuhi kebutuhan media sosial.



**Gambar 1.** Ilustrasi “ ngopi “ bersama teman – teman.

(<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150923123644-262-80565/kenapa-kopi-terasa-nikmat-sebagai-pelumas-pergaulan>, diakses pada 17 mei 2023)

Namun saat ini, untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk dilihat dari sebuah visual yang dimana hal tersebut sangat berpengaruh pada minat konsumen terhadap produk. Dalam membuat visual pada suatu merk atau produk harus memiliki identitasnya sendiri yang menggambarkan karakter dari produk sehingga mampu menarik perhatian konsumen untuk membeli.

Menurut Darmawanto (2011 : 4) Identitas perusahaan merupakan ekspresi kepribadian yang terdapat pada suatu perusahaan dari sebuah merek yang tentunya dibuat berbeda dari pesaing. Dalam sebuah perusahaan tentunya harus memiliki identitas perusahaan agar konsumen dapat mengenal produk atau merek tersebut, maka dari itu identitas perusahaan harus dibuat dengan visual yang unik dan mampu menarik perhatian konsumen karena sebuah visual yang terdapat pada identitas perusahaan merupakan gambaran dari produk itu sendiri. Dalam membuat sebuah identitas perusahaan tentunya harus memiliki branding yang kuat sehingga makna visual dari sebuah indentitas perusahaan sampai kepada konsumen. Karena, jika branding yang dimiliki perusahaan lemah akan berpengaruh pada penjualan terhadap konsumen. Saat *branding* yang dimiliki perusahaan tidak menarik dan biasa saja tentunya akan membuat konsumen menjadi ragu untuk membeli suatu produk dari perusahaan tersebut.

Nongkrong di kedai kopi sambil ngobrol di temani kelezatan cita rasa dari kopi hal itu pun sudah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Sehingga peluang bisnis kedai kopipun semakin terlihat. Dengan melihat besarnya peluang bisnis kedai kopi, kini bisnis kedai kopi di Indonesia semakin bertambah. Padahal beberapa tahun yang lalu, kedai kopi kecil hampir tidak memiliki kesempatan untuk bersaing dengan kedai kopi yang sudah ternama, berbeda dengan saat ini kedai kopi terkecil sekalipun dengan biaya anggaran yang kecil sudah bisa bersaing. Saat ini yang mereka butuhkan hanya berbagi cerita ditempat yang nyaman dengan kopi yang layak untuk diseduh, jika mereka mempunyainya maka konsumen tidak akan segan untuk kembali. Salah satu kopi kekinian yang bertepatan pada wilayah Kabupaten Tangerang yaitu Kopi Kheren yang terletak di Jl. Raya curug Plp, Legok, Kabupaten Tangerang.

Kopi kheren merupakan kedai kopi yang belum lama berdiri tepatnya pada tanggal 24 September 2022, kedai kopi kheren sendiri memiliki tema “ *Indonesia Memanggil* “ dengan konsep minimalis dan kopi kheren memiliki keunikan pada tempat yang mereka sediakan untuk pelanggan yang memilih singgah di kedai dengan menggunakan bangku bambu sehingga pelanggan merasa nyaman layaknya seperti dirumah. Tidak hanya itu minuman atau makanan di Kopi kherenpun beragam dan kopi kheren juga menyediakan beberapa permainan yang bisa dimainkan pelanggan bersama teman sehingga membuat pelanggan semakin menyukai dan ingin kembali.

Namun desain *branding* yang digunakan oleh kopi kheren ini masih belum maksimal karena *branding* yang digunakan oleh Kopi kheren masih kurang. Karena, menggunakan desain seadanya sehingga masih banyak orang yang ragu untuk datang mengunjungi kedai kopi kopi kheren dan dengan permasalahan tersebut perancangan desain *branding* kopi kheren harus lebih ditingkatkan untuk menarik perhatian konsumen pada produk kopi kheren dengan cara merancang desain branding pada kopi kheren sebagai identitas perusahaan.

Ketika ingin membuat sebuah *branding* pada perusahaan, tentunya harus banyak yang dipersiapkan termaksud konsep perancangan yang akan dijadikan sebuah logo, desain kemasan, banner, dan lainnya yang tentunya dapat meningkatkan daya saing kedepannya.

## Rumusan Masalah

Bagaimanakah cara merancang kembali desain logo dan kemasan pada Kedai Kopi Kheren untuk meningkatkan daya saing kedepannya?

## Tujuan Kekaryaan

Tujuan perancangan ini dibuat untuk merancang kembali desain pada logo dan kemasan kedai kopi kheren dengan tampilan lebih menarik dan modern untuk meningkat daya saing.

## Manfaat Kekaryaan

Manfaat perancangan ini untuk menarik perhatian masyarakat agar lebih mengenal kedai kopi kheren. Dan juga manfaat lainnya yaitu menjadikan perancangan ini sebagai referensi untuk pemilik kedai kopi kheren kedepannya menggunakan desain yang kreatif.