

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Identitas perusahaan adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Identitas perusahaan tersebut harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal khas ataupun unik berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik (Jefkins, 1996: 297). Fungsi dari identitas itu sendiri bagi produk adalah sebagai ciri khas yang membedakan produk satu dengan produk yang lainnya (*differentiation*) dan pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Begitu penting peranan identitas yang terdapat pada suatu perusahaan. Tanpa adanya sebuah identitas, sebuah *brand* tidak akan dikenal atau memiliki arti yang tepat kepada para konsumennya. Identitas yang tidak sesuai akan memberikan kesan dan pesan yang salah pula terhadap konsumen, atau bahkan konsumen tidak akan mengingat *brand* tersebut. Menciptakan identitas visual merupakan salah satu cara membangun *brand* secara fisik yang sangat penting. Salah satu elemen utama dalam penciptaan identitas visual adalah logo.

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang digunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (Kusrianto, 2006: 232). Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula. Bentuk logo yang berbeda dapat meliputi bentuk fisik, warna,

maupun dimensi. Tujuan utama sebuah logo adalah sebagai marking atau bentuk untuk membuat sebuah penggambaran. Logo ini akan menjadi sebuah tanda atau ciri khas dari perusahaan tersebut. Tujuan lain dari desain logo yaitu dapat menarik mata atau bahkan lebih. Logo haruslah memiliki nilai tambah tersendiri bagi perusahaan. Sebuah logo tidak hanya untuk dilihat dan kemudian dilupakan begitu saja. Perusahaan yang terkenal dengan citra yang baik haruslah memiliki logo yang dapat terpampang di segala media, tempat dan latar belakang. Logo digunakan sebagai penghubung komunikasi visual terhadap konsumennya.

Logo membantu membedakan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain dan mencerminkan kepribadian perusahaan. Ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perkembangan logo mulai merambah hingga perusahaan industri, salah satunya adalah pada industri *cafe*. *Cafe* salah satu tempat yang menjadi target konsumtif masyarakat. Dengan adanya *Cafe* membuat masyarakat jadi mempunyai ruang bersosialisasi dan berinteraksi lebih luas. Tumbuhnya usaha *cafe* yang pesat menimbulkan persaingan para pengusaha. Banyaknya persaingan dalam usaha *cafe* seperti saat ini, setiap *cafe* perlu membangun sebuah *image* yang bagus di mata para konsumen. *Image* yang bagus dari suatu produk juga berpengaruh dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Salah satu *cafe* yang ada di Magetan adalah Magetan *Milk Cafe*. *Cafe* yang buka sejak Oktober 2017 ini memiliki menu susu jelly sebagai menu andalannya. Magetan *Milk Cafe* tetap menyajikan makanan dan minuman higienis walaupun harganya terjangkau. Magetan *Milk Cafe* mempunyai visi memberikan pelayanan

memuaskan dan tidak mengecewakan pelanggan, maka dari itu misi yang dilakukan adalah memberikan produk dengan kualitas terbaik dan memberikan harga yang terjangkau bagi kalangan pelajar.

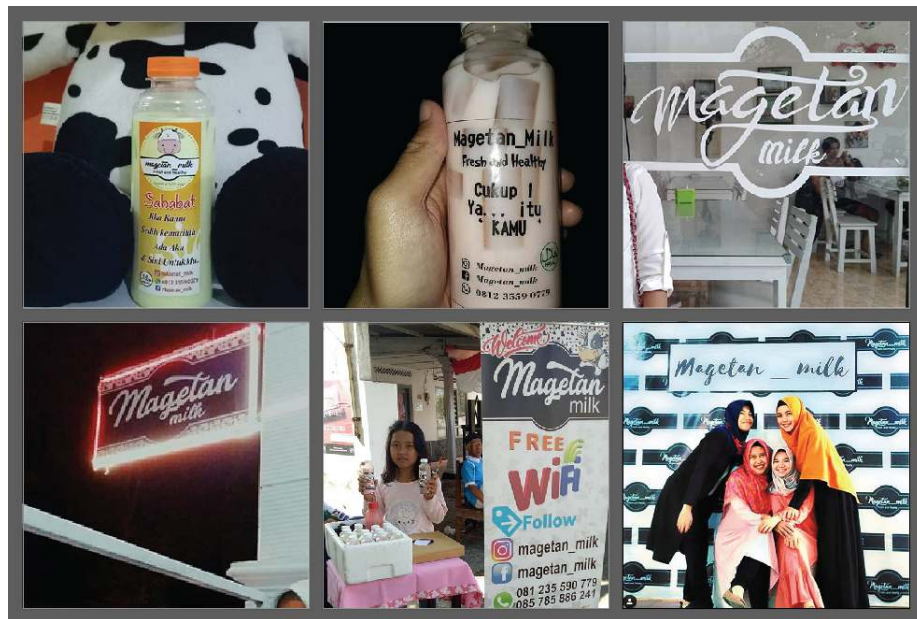
Produk untuk dikenal konsumen membutuhkan promosi. Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli (Suryana, 2001: 112). Adapun Manfaat atau fungsi promosi bagi perusahaan :

- a. Untuk mengetahui produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen
- b. Untuk mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan produk
- c. Untuk mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga ke tangan konsumen
- d. Untuk mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran
- e. Untuk mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen
- f. Untuk mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasi hal tersebut
- g. Untuk menciptakan *image* produk

Promosi yang dilakukan Magetan *Milk Cafe* baru sebatas media sosial Instagram, twitter dan facebook serta media cetak x-banner, photobooth dan stiker pada kemasan botol saja. Promosi yang dilakukan Magetan *Milk Cafe* masih kurang khususnya di media cetak yang juga mempengaruhi konsumen. Namun Magetan *Milk Cafe* harus tetap berusaha bagaimana caranya agar *cafe* nya dapat bersaing dengan *cafe* lain.

Magetan *Milk Cafe* sudah memiliki logo, akan tetapi logo tersebut kurang memberikan citra yang melekat pada kegiatan promosi yang telah dilakukan,

karena penggunaan logo yang tidak konsisten. *Magetan Milk Cafe* membutuhkan perubahan image untuk lebih bisa bersaing dengan *cafe* lainnya. Hal tersebut yang melatar belakangi *Magetan Milk Cafe* meredesain logo beserta aplikasinya untuk menunjang penguatan citra dan media promosi perusahaan .



Gambar 1. Penggunaan logo tidak konsisten

Sumber : Instagram Magetan_milk, (diakses 25 Oktober 2018)

Logo yang telah di rancang ulang selanjutnya di aplikasikan pada media promosi cetak. Walaupun era teknologi informasi mengarahkan khalayak pada penggunaan media internet, namun media promosi cetak masih tetap bertahan. Alasannya, media cetak mempunyai kelebihan yang tak dimiliki oleh media internet. Misalnya, media promosi cetak lebih mudah diakses dibandingkan dengan media internet.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang logo yang efektif dan komunikatif untuk “Magetan *Milk Cafe*”?
2. Bagaimana merancang promosi cetak agar lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat?

C. Tujuan

Tujuan dari pembuatan karya Tugas Akhir ini adalah :

- a. Merancang ulang logo “Magetan *Milk Cafe*” untuk menciptakan persepsi masyarakat yang tepat terhadap logo “Magetan *Milk Cafe*”.
- b. Menawarkan alternatif media promosi cetak yang selanjutnya dapat digunakan oleh pihak perusahaan “Magetan *Milk Cafe*” agar dapat lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat.

D. Manfaat

Manfaat yang didapat melalui pembuatan Tugas Akhir ini adalah :

- a. Bagi lembaga
Dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain terutama mengenai redesain logo.
- b. Bagi perusahaan
Dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui media promosi yang telah dibuat.
- c. Bagi Masyarakat

Dapat menjadi sarana informasi tentang adanya “Magetan *Milk Cafe*” di kota Magetan.

E. Tinjauan Pustaka

Jurnal Risza Maulia H.P/Erfahmi/Yusron Wikarya yang berjudul “PERANCANGAN ULANG LOGO ION HOTEL PADANG” membahas tentang merancang ulang logo yang komunikatif agar maksud dan tujuan logo yang mencerminkan identitas perusahaan tercapai. metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treatment*) dipilih untuk menghasilkan logo baru ION Hotel yang unik, menarik dan khas yang dapat mewakili identitas perusahaan. Logo yang telah dibuat kemudian akan di aplikasikan ke dalam berbagai produk yang dapat mendukung keberadaan dari Hotel tersebut. **(Risza , Erfahmi dan Yusron, 2013 : <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/1912>)**

Jurnal FX Eryanto dan Evelyne Henny Lukitasari yang berjudul “ MAKNA LOGO CREDIT UNION (CU) MANDIRI ANALISIS DESKRIPTIF BERDASARKAN SEMIOTIKA CHARLES SANDER PEIRCE” menjelaskan bagaimana bentuk serta unsur-unsur penyusun logo tersebut. juga dimaksudkan untuk menemukan makna logo CU Mandiri, berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. **(FX dan Evelyne, 2017 : <http://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/kmd/article/view/163>)**

Buku Surianto Rustan yang berjudul “MENDESAIN LOGO” yang diterbitkan oleh PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, tahun 2009 lebih berfokus pada pembahasan tentang logo sebagai wajah sebuah *brand*, logo sebagai identitas fisik yang paling utama. Buku ini juga menjelaskan tahapan membuat logo yaitu

riset dan analisa, *thumbnails*, *computer*, *review*, pendaftaran merek, system identitas dan produksi yang bermanfaat untuk membuat logo yang efektif sebagai identitas perusahaan.

Tugas akhir berjudul “PERANCANGAN ULANG DAN PROMOSI IDENTITAS VISUAL BEBEK KALAP” yang disusun oleh Luthfi Aulia Chandra jurusan Desain Komunikasi Visual mahasiswa Bina Nusantara .Tugas akhir tersebut berisi tentang perancangan ulang logo restoran Bebek Kalap serta pembuatan ide baru yaitu *food truck*. *Food Truck* bisa lebih mendekati diri kepada customer, dan dapat menghasilkan untung yang banyak apabila ada event – event yang ramai pengunjung serta dengan bentuk yang unik untuk menarik perhatian pelanggan. Walaupun sama-sama perancangan ulang logo tugas akhir tersebut memiliki perbedaan dengan tugas akhir yang akan dibuat. Tugas akhir tersebut mengaplikasikan logo pada media promosi *food truck*. *Food truck* adalah jenis wirausaha makanan dan minuman dengan menggunakan sebuah mobil atau *truck* untuk menjajakan dagangan mereka dan para usahawan dapat berpindah-pindah ke berbagai tempat. sedangkan tugas akhir yang akan dibuat mengaplikasikan ke media promosi *print ad* yaitu Iklan yang terdapat di media cetak.

Tugas akhir berjudul ” PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAPOER ROTI BAKAR” yang disusun oleh Willsen jurusan Desain Komunikasi Visual Mahasiswa Universitas Bina Nusantara. Tugas akhir tersebut berisi tentang perancangan ulang identitas visual dan *packaging* dari Dapoer Roti Bakar agar *visual identity* Dapoer Roti Bakar dapat terlihat jelas dan lebih

menarik perhatian khalayak banyak. Perancangan ini juga bertujuan untuk lebih meningkatkan lagi nilai jual roti bakar selayaknya seperti makanan ringan yang modern dan diingat konsumennya. Walaupun sama-sama perancangan ulang logo tugas akhir tersebut memiliki perbedaan dengan tugas akhir yang akan dibuat. Tugas akhir tersebut mengaplikasikan logo pada *packaging*. *Packaging* adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Klimchuk dan Krasovec, 2006 : 33) . sedangkan tugas akhir yang akan dibuat mengaplikasikan ke media promosi *print ad* yaitu Iklan yang terdapat di media cetak.

F. Metode Perancangan

1. Ide

Ide adalah gagasan ataupun rancangan yang masih dalam pikiran. Latar belakang perancangan ini adalah perancangan ulang Magetan *Milk Cafe* yang tidak konsisten dalam menggunakan logo agar menjadi logo yang efektif dan komunikatif.

2. Survey/Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan hasil berupa data-data yang sekiranya diperlukan untuk mewujudkan ide tersebut.

Lokasi penelitian untuk perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe* ini bertempat di jalan Imam Bonjol No.16 Magetan.

3. Brief

a. Sumber Data

1) Wawancara

Wawancara dengan pelaku/ahli, dan masyarakat untuk pengumpulan analisa data untuk perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe*

2) Pustaka

Pustaka yang mendukung perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe* seperti buku, jurnal, tugas akhir, skripsi dan thesis

3) Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto dan video

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi yaitu pengamatan dilapangan tentang objek serta melakukan wawancara dengan narasumber (pemilik Magetan *Milk Cafe*) dan masyarakat yang berkunjung ke Magetan *Milk Cafe*. Jawaban dan identitas narasumber tersebut dipakai sebagai sumber data penelitian perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe*.

2) Pustaka sebagai teknik pengumpulan data tertulis seperti buku, jurnal, tugas akhir, skripsi dan thesis yang terdapat di

perpustakaan maupun tempat yang menyediakan data tertulis, data di *server*, data tersimpan di *website* dan lain-lain.

3) Dokumentasi berupa foto dan video

4. Creative Brief

- a. Jenis logo yang digunakan adalah *picture mark* dan *letter mark*.
- b. Adapun teknik pembuatan logo beserta promosi pendukungnya menggunakan *Software Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.
- c. Logo akan diaplikasikan ke dalam media promosi *roll up banner*, *photobooth*, poster, gelas, *t-shirt*, buku menu, stiker, topi, apron, stationery.
- d. Penempatan media yang digunakan di Magetan *Milk Cafe*
- e. Jangka waktu media yang digunakan 1 tahun – 2 tahun

5. Final Design

Perwujudan karya perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe* berdasarkan analisa data strategi kreatif yang sudah ada.

6. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah logo diaplikasikan dan dibandingkan kepada masyarakat.

G. Sistematika Penulisan

- **BAB I** : bab ini memuat penjelasan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Tinjauan Pustaka, dan Metodologi Perancangan. Bab ini berfungsi untuk mengetahui

permasalahan logo yang akan di bahas dan media yang dipilih sebagai perancangan tugas akhir.

- **BAB II** : bab ini memuat penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan untuk mendukung tugas akhir. Teori yang digunakan pada tugas akhir ini adalah *redesign*, logo dan *Cafe*. Landasan teori berfungsi sebagai legitimasi.
- **BAB III** : Bab ini menjelaskan tentang identifikasi data, hasil survey/observasi yang sudah terkumpul mengenai perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe*. Analisa data dan strategi kreatif
- **BAB IV** : bab ini berisi tentang perwujudan karya perancangan ulang logo Magetan *Milk Cafe* yang sesuai dengan analisa data dan strategi kreatif yang telah ditentukan pada bab sebelumnya.
- **BAB V** : Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisa sampai perwujudan karya tentang tugas akhir ini dan saran untuk perancangan berikutnya.
- **DAFTAR PUSTAKA**
- **GLOSARIUM**