Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bogor adalah kota destinasi favorit wisata kuliner. Dalam artikel yang dibuat oleh Khatimah (2018) dengan judul "Kota Bogor Destinasi Favorit Wisata Kuliner", yang merupakan salah satu artikel di www.ayobogor.com (diakses pada 11 Maret 2018), dikatakan bahwa tingginya kunjungan wisatawan ke Bogor pada akhir pekan atau hari libur dapat dibuktikan dari sejumlah destinasi wisata dan kuliner tak jarang sepi pengunjung. Kepadatan lalu lintas di Bogor setiap liburan tiba menjadi bukti banyaknya wisatawan berkunjung ke bogor. Dalam artikel tersebut, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor, Shahlan Rasyidi, juga mengatakan bahwa yang menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke Bogor adalah banyaknya wisata kuliner di kota ini, hal ini juga dibuktikan dari adanya peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) di sektor kuliner terus meningkat.

Salah satu oleh-oleh kuliner yang berasal dari Bogor adalah Pia Apple Pie, yang merupakan kuliner dengan spesialisasi *pie*. Pia Apple Pie berdiri sejak tahun 1999. Pada mulanya, Pia Apple Pie hanya bisnis rumahan yang melayani melalui order pribadi, namun rasa dan kualitas yang baik serta didukung dengan penyebaran mulut ke mulut, Pia Apple Pie akhirnya memiliki toko fisik pada tahun 2000 yang terletak di Jalan Pangrango No. 10, Bogor, yang lokasinya cukup strategis, dekat dengan tempat wisata Bogor yaitu Kebun Raya Bogor, sehingga banyak mendatangkan wisatawan. Seiring berjalannya waktu, Pia Apple Pie

Perancangan Rebranding Pia..., Febbyana Wiramihardja, FSD UMN, 2018

melakukan inovasi baru dengan menabah banyak varian, mulai dari rasa hingga bentuk *pie* yang beragam (Agus Supriatna, wawancara pribadi, 7 Maret 2018).

Agus Supriatna selaku supervisor Pia Apple Pie, mengatakan bahwa langkah yang diambil oleh Pia Apple Pie untuk mengembangkan usahanya adalah dengan cara melakukan inovasi pada menu Pia Apple Pie, seperti menambah varian rasa dan jenis *pie*. Namun, hasil riset yang dilakukan penulis melalui kuesioner dengan total 130 responden, membuktikan bahwa 79,2% responden tidak mengetahui adanya produk lain dari Pia Apple Pie selain *apple pie* itu sendiri, baik responden yang sudah pernah membeli produk Pia Apple Pie, maupun responden yang hanya melihat dari sebatas *brand* saja.

Melihat hasil riset yang dilakukan membuktikan bahwa, *brand* Pia Apple Pie sudah tidak lagi relevan atau merepresentasikan inovasi yang dilakukan pada menu Pia Apple Pie. Hal ini dikarenakan *brand* Pia Apple Pie secara langsung hanya menekankan pada produk *'apple pie'*. Hal ini membuat para konsumen mengetahui bahwa Pia Apple Pie hanya menjual produk *apple pie*, padahal kenyataannya Pia Apple Pie memiliki banyak produk *pie* lainnya. Permasalahan ini pun juga dibenarkan oleh Pihak Pia Apple Pie, yang seharusnya *brand* Pia Apple Pie harus bisa merangkul semua menu Pia Apple Pie.

Dari permasalahan yang ada, penulis tertarik untuk melakukan perancangan *rebranding* terhadap Pia Apple Pie yang telah melakukan diversifikasi produk. Tujuan perancangan *rebranding* ini adalah agar *brand* Pia Apple Pie dapat merepresentasikan bahwa Pia Apple Pie adalah kuliner yang

Perancangan Rebranding Pia..., Febbyana Wiramihardja, FSD UMN, 2018

menyediakan berbagai menu jenis *pie* lainnya. Sehingga, dengan hanya melihat brand Pia Apple Pie, konsumen dapat menangkap bahwa Pia Apple Pie menjual produk lain selain *apple pie*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah: Bagaimana melakukan *rebranding* terhadap Pia Apple Pie agar *brand* Pia Apple Pie dapat merepresentasikan diversifikasi produk yang telah dilakukan?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada:

1. Perancangan *rebranding* visual Pia Apple Pie. Hal ini bertujuan untuk membangun *brand identity* dan *brand awareness* dengan konsep yang baru, menciptakan konsistensi (secara verbal maupun visual), serta memanfaatkan *brand equity* yang sudah dimiliki Pia Apple Pie.
2. *Rebranding* ini di batasi dengan pembuatan *Brand Guidelines* Pia Apple Pie sebagai panduan pengaplikasian identitas visual di berbagai media serta media promosinya.
3. *Target Audience* dapat diidentifikasi sebagai berikut:
   a. Geografis
      - Domisili: Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi.

Perancangan Rebranding Pia..., Febbyana Wiramihardja, FSD UMN, 2018

b. Demografis

- Usia: 20- 40 tahun.
- Gender: Laki-laki dan perempuan.
- Kelas Ekonomi: SES A dan SES B.
- Status: sudah menikah atau belum menikah.

c. Psikografis

- Memiliki gaya hidup yang suka dengan liburan bersama keluarga.
- Memiliki ketertarikan dengan kuliner terutama hidangan penutup.
- Memiliki ketertarikan untuk membeli oleh-oleh daerah saat liburan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian dan *rebranding* Pia Apple Pie melalui identitas visual adalah:

1. *Rebranding* Pia Apple Pie melalui *brand identity* dengan konsep baru yang lebih sesuai.
2. Merancang *Brand Guidelines* Pia Apple Pie dengan *brand identity* yang baru.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari penelitian dan *rebranding* Pia Apple Pie adalah:

1. Manfaat bagi peneliti

   Rebranding Pia Apple Pie melalui perancangan identitas visual penulis berharap dapat mengembangkan potensi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama studi di bidang desain grafis.

2. Manfaat bagi orang lain

   Diharapkan *brand* Pia Apple Pie dapat lebih dikenali oleh masyarakat, sebagai salah satu oleh-oleh bogor. Selain itu, pesan yang ingin disampaikan oleh *brand* Pia Apple Pie dapat tersampaikan dengan baik melalui konsep yang baru.

3. Manfaat bagi Universitas

   Karya penulis dapat dijadikan sumber literatur, terutama mengenai topik *branding*. Selain itu, karya penulis juga dapat membantu mengembangkan kurikulum yang sudah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara terutama dalam Fakultas Seni dan Desain, jurusan desain grafis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA