

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia terkenal akan rempah-rempah alaminya yang sangat berkhasiat bagi tubuh. Rempah-rempah ini tersebar dari Sabang sampai Merauke. Cara penyajiannya juga berbeda-beda, fungsinya pun juga berbeda-beda, mulai dari obat-obatan maupun kecantikan. Jamu adalah sebutan untuk minuman obat tradisional khas Indonesia. Menurut Permenkes No.003/Menkes/Per/I/2010 dalam situs *jdi.pom.go.id* diketahui bahwa jamu adalah ramuan atau bahan racikan yang berasal dari herbal/tumbuhan, hewan, mineral, atau campuran dari semua bahan tersebut yang sudah turun-temurun digunakan sebagai obat. Khasiat jamu juga sudah dikenal tidak hanya untuk pengobatan, namun juga untuk menambah energi dan juga untuk masalah kewanitaan. Selain sehat dan bermanfaat. Harganya pun juga terbilang tidak mahal karena berasal dari bahan-bahan alami yang berkhasiat.

Pendistribusian jamu di Indonesia terdahulu identik dengan ‘Jamu Gendong’ yang biasa dijual oleh wanita penjual jamu keliling yang membawa jamu-jamu tersebut dipundaknya. Seiring perkembangan zaman, jamu gendong sudah mulai jarang ditemukan dan digantikan dengan pengemasan jamu yang lebih praktis seperti dijual botol dan bubuk yang biasa ditemukan di pasar tradisional. Di era modern ini, pengemasan dan pendistribusian jamu sudah lebih mudah untuk ditemukan. Jamu

tradisional sudah dikemas lebih baik dengan kemasan yang lebih efisien yang dapat ditemukan di *outlet-outlet* herbal dan juga kafe. Solusi untuk meminum jamu ditempat juga sudah ditawarkan oleh beberapa toko jamu di Indonesia

Cafe Herbal ‘Jamu Godog’ adalah salah satu penjual jamu di Daerah Istimewa Yogyakarta. Cafe ini dikenal karena menjual Jamu *Godog* atau Jamu yang penyajiannya perlu direbus terlebih dahulu agar kandungan dalam rempah di jamu tersebut larut. *Cafe* yang terletak di Jl. Palagan Tentara Pelajar KM 8 dan Jalan Kaliurang KM 21, Yogyakarta ini selain menyediakan jamu bagi pengunjung yang datang di tempat juga menyediakan jamu yang bisa dibawa pulang.

Setelah dilakukan observasi pada *café* ini, penulis menemukan terdapat kurangnya kesatuan / konsistensi / *unity* dari segi *brand identity*/logo di tiap-tiap cabang dan juga penerapannya. Penerapan logo di tiap cabang terlihat jauh berbeda dan penerapan desain pada kemasannya pun berubah-ubah. Padahal, *brand identity* yang baik akan berdampak baik pula pada sebuah *café*, seperti mudah dikenalnya *cafe* ini dan mudah dibedakannya produk *café* jamu ini dari produk jamu yang lainnya. Untuk itulah dirasa perlu dilakukan membuat perancangan visual untuk *cafe herbal jamu godog* ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah disebutkan diatas maka rumusan masalah yang penulis lakukan ialah:

Bagaimana perancangan *brand identity* untuk *Cafe Herbal 'Jamu Godog'*?

1.3. Batasan Masalah

Berikut batasan masalah berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya:

1. Segmentasi Demografis

Usia : 20-40 tahun

Bahasa : Indonesia

Jenis Kelamin : Semua jenis kelamin

Pendidikan : Minimal Sekolah Menengah Atas

Kelas Ekonomi : Bawah - Menengah

2. Segmentasi Geografis

Indonesia (khususnya Kota Yogyakarta)

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulis dalam pembuatan tugas akhir ini adalah merancang *brand identity* Cafe Herbal ‘Jamu Godog’ Khas Yogyakarta yang mencerminkan nilai-nilai produk dan mampu diaplikasikan dengan baik kedepannya

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini ialah sebagai pembelajaran dan syarat kelulusan penulis, juga sebagai *insight* bagi *brand* yang dijadikan topik perancangan, bagi pembaca, juga sivitas Universitas Multimedia Nusantara yang memerlukan data sebagai bahan pembelajaran kedepannya.