



### **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.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kebutuhan pokok manusia terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan sandang, pangan dan papan. Seiring berkembangnya jaman kebutuhan pangan berkembang menjadi bisnis yang cukup menjanjikan, masyarakat modern khususnya masyarakat di perkotaan besar seperti kota Jakarta, seringkali memenuhi kebutuhan pangan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi mereka di lingkungannya salah satu tempat tersebut adalah restoran.

Dewasa ini perkembangan bisnis restoran di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat khususnya dalam 5 tahun terakhir. Menurut badan pusat statistik pada tahun 2014 terdapat 2.153 usaha restoran di Indonesia sedangkan menurut kementerian perdagangan pada tahun 2011 sub sektor kuliner menyumbang pendapatan terbesar bagi industri kreatif Indonesia atau sekitar 32.2% dari total industri kreatif terhadap PDB dan apabila dihitung dalam jumlah rupiah maka pendapatan dari sektor kuliner meraup Rp 169,92 triliun. Seiring pesatnya pertumbuhan bisnis restoran dan bar di Indonesia maka pelaku bisnis dalam bidang restoran dan bar mengalami persaingan yang sangat ketat antara satu dan lainnya, itu para pelaku bisnis harus lebih cermat dalam menghadapi persaingan tersebut. Tantangan terberat ada pada restoran dan bar yang sudah lama berdiri karena mereka harus terus berkembang agar tidak tergantikan dan

dapat mempertahankan eksistensi mereka di antara banyaknya pesaing bisnis yang ada.

Dengan adanya masalah diatas seharusnya para pelaku bisnis yang sudah lama berkecimpung di dalam bisnis ini harus terus memikirkan cara agar tetap bertahan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menciptakan identitas visual yang cukup kuat untuk merepresentasikan keunggulan dari restoran mereka. Tanpa identitas visual yang kuat restoran yang sudah berdiri lama dapat tergeser oleh pesaing baru yang terus bermunculan, selain itu menurut Michael Hodgson dalam buku *Recycling and Redesigning Logo sebuah brand* tidak mungkin menggunakan sebuah pakaian yang sama selama 20 tahun. Pakaian yang dimaksud disini adalah identitas visual yang memberikan gambaran luar dari sebuah *brand*.

*Face* adalah sebuah restoran bar yang terletak di jalan kusuma atmaja no. 85, Menteng, Jakarta Pusat. Restoran dan bar ini menyediakan makanan Thailand dan India ini berdiri sejak tahun 1994. Selama 22 tahun berdirinya *Face* restoran dan bar *awareness* masyarakat terhadap *Face* sangatlah sedikit. Di dalam lokasi ini sendiri terdiri dari Restoran Thailand yang bernama Lan Na Thai, restoran India yang bernama Hazara dan bar yang bernama *Facebar*, ketiga sub *brand* ini memiliki identitas visual yang berbeda dan hlm ini menyebabkan kurangnya tingkat *awareness* masyarakat akan *Face*. Sangat disayangkan bahwa identitas visual dari *Face* saat ini sangat rentan mengalami kesalahan persepsi dan tidak memberikan citra yang menggambarkan ketiga sub *brand* dalam *Face* sendiri. Menurut survey yang dilakukan oleh penulis terhadap 125 responden, sebagian

besar responden mengatakan bahwa identitas visual dari *Face* merepresentasikan *Spa* dan *Reflexology*, sebagian lagi mengatakan bahwa identitas visual dari *Face* merepresentasikan salon kecantikan dan hanya segelintir dari responden yang berhasil mengartikan identitas visual dari *Face* merepresentasikan Restoran dan Bar. Penulis juga melakukan wawancara kepada pengelola *Face* Jakarta dan beliau juga memberikan pendapat yang sama, Ia merasa bahwa identitas visual dari *Face* sendiri sangat rentan mengalami kesalahan persepsi karena identitas visual *Face* memiliki bentuk visual menyerupai wajah Budha. Maka dari itu *rebrandingFace* yang disertai dengan *guidelines* yang jelas dibutuhkan dan penting untuk segera direalisasikan agar makna dan pesan yang ingin disampaikan oleh *Face* dapat terjaga dan diterima dengan baik oleh khlmayak.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana melakukan perancangan *rebrandingFace* restoran dan bar agar dapat mewakili unsur India, Thailand dan bar di dalamnya. Menciptakan identitas visual yang menggambarkan citra yang sesuai dan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat.

U  
M  
N

### 1.3. Batasan Masalah

Agar penulis dapat melakukan *rebrandingFace* dengan baik dan benar, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

- a. Penulis akan melakukan perancangan ulang identitas visual beserta penyusunan graphic standard manual dan pengaplikasiannya seperti perancangan stationary, buku menu, dan seragam karyawan yang sesuai dengan graphic standard
- b. Penulis akan merancang sebuah logo yang sesuai dengan elemen desain yang memberikan kemudahan bagi *Face* untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.
- c. Segmentasi geografis : Masyarakat perkotaan, khususnya masyarakat di wilayah Jakarta dan sekitarnya.
- d. Segmentasi demografi : Segmentasi primernya yaitu Pria dan wanita usia 30 tahun sampai dengan 40 tahun, bertempat tinggal di Jakarta dan sekitarnya . Kelas sosial , menengah ke atas .
- e. Segmentasi psikografis : Target audiens dari perancangan ulang identitas visual ini adalah orang yang memiliki mobilitas sosial yang tinggi dan membutuhkan tempat untuk melakukan sosialisasi dengan nyaman .

f. Segmentasi sosiografis : Masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas sosial yang tinggi dan membutuhkan tempat untuk melakukan sosialisasi dengan nyaman.

g. Sesuai target geografis penulis akan merancang media promosi *below the line* dan *above the line* sebagai tahapan awal dari promosi.

h. Penulis tidak akan merancang media promosi berupa *TV Commercial*.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Melakukan perancangan *rebrandingFace* restoran dan bar yang dapat menyampaikan apa yang ada didalam Face resto dan bar sehingga diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *Face* restoran dan bar.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Perancangan *rebrandingFace* restoran dan bar ini diharapkan dapat memberikan citra yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Dengan *rebranding* ini diharapkan *awareness* masyarakat akan meningkat dan *Face* mendapat pelanggan lebih banyak lagi.

#### **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sarwono penelitian adalah cara cara sistematis untuk menjawab masalah yang sedang diteliti dengan prosedur yang ditandai dengan keteraturan dan ketuntasan (Sarwono, 2006, hlm. 15).

Secara garis besar penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu penelitian primer dan penelitian sekunder (Sarwono, 2006, hlm. 16):

a. Penelitian Primer :

Data primer merupakan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data secara langsung. Penelitian ini biasa dilakukan melalui kuisisioner yang diberikan kepada responden dan juga secara lisan melalui wawancara. Yang termasuk dalam penelitian primer antara lain (Sarwono, 2006, hlm. 17):

- Studi Kasus :

Biasa dilakukan menggunakan sebuah sumber baik individu maupun kelompok sebagai bahan studinya. Pada kasus ini penulis menggunakan pengelola restoran sebagai sumber individu untuk mempelajari kasus ini.

- Survey :

Survey biasa dilakukan dengan metode kuantitatif, dengan menyebar kuisisioner kepada responden. Semakin besar jumlah responden maka akan semakin besar peluang untuk mendapatkan hasil yang akurat.

Pada kasus ini penulis menyebar kuisisioner kepada masyarakat yang berlokasi di Jakarta untuk mengetahui seberapa besar penting masalah ini untuk segera dihadapi.

- Riset Eksperimental

Penelitian ini dilakukan kepada dua kelompok sosial, satu kelompok sosial digunakan untuk bahan riset penulis dan kelompok yang lainnya digunakan sebagai pembanding. Untuk kasus ini penulis menggunakan kelompok masyarakat yang berkunjung ke *Face* dan pengunjung restoran lain yang memiliki kesamaan dengan *Face*.

b. Penelitian Sekunder :

Penelitian ini menggunakan bahan yang bukan berasal dari sumber pertama, penelitian ini biasa dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang menggunakan daftar kepustakaan sebagai sumber data.

### 1.7. Metode Perancangan

Tahapan-tahapan metode perancangan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Pemilihan Topik

Pada tahap ini penulis menentukan topik tugas akhir yang akan diteliti dan dirancang, serta konsep perancangannya.

b. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini penulis mencari fenomena apa yang sedang terjadi dan menjadi masalah yang ada dalam penyampaian pesan dari identitas visual dari *Face* sehingga tidak dapat menyampaikan pesan yang sesuai dengan tujuan serta mengapa *awareness* masyarakat terhadap *Face* sangat kurang.

#### c. Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis mengumpulkan data-data yang menunjang penelitian dan perancangan tugas akhir. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu studi literatur, penyebaran kuesioner dan wawancara. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku yang berhubungan dengan topik perancangan. Wawancara langsung kepada pengelola dan juga kuesioner yang disebar secara *online* kepada masyarakat yang berdomisili di Jakarta dan sekitarnya dengan tujuan untuk mengetahui seberapa banyak kesalahan persepsi masyarakat terhadap identitas *visualFace* dan seberapa kurang *awareness* masyarakat akan *Face*.

#### d. Pengolahan Data

Pada tahap ini data yang dikumpulkan dari studi literature diolah dan disusun secara sistematis. Data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner diolah dan disusun dalam bentuk tabel umum, tabel sederhana, dan tabel kompleks agar lebih mudah untuk dianalisa dan lebih akurat dalam mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penulis.

#### e. Analisis dan Kesimpulan

Pada tahap ini data yang sudah diolah dianalisa hingga mendapatkan kesimpulan yang menunjang penelitian dan perancangan tugas akhir.

#### f. Pemecahan Masalah

Pada tahap ini analisis dan kesimpulan yang sudah didapatkan dari pengumpulan data diharapkan dapat membantu penulis untuk menyelesaikan perancangan *rebrandingFace* restoran dan bar.

g. Perancangan Tugas Akhir

Pada tahap ini semua data yang sudah didapat dari pemilihan topik hingga pemecahan masalah disusun dan diolah menjadi tugas akhir yang berupa *Rebranding Face* restoran dan bar melalui perancangan identitas visual.

**1.8. Timeline**

Tabel 1.1. Timeline perancangan

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identifikasi Masalah	■															
2	Tujuan Penelitian	■	■														
3	Studi Literatur		■	■	■	■											
4	Pengumpulan Data						■	■									
5	Pengolahan Data							■	■								
6	Analisis dan Kesimpulan							■	■								
7	Penulisan Paper			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Penulisan Proposal			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 1.9. Skematika Perancangan

