



### **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

Sekarang ini banyak orang yang hobi dalam bidang kuliner dan mencari tempat makan yang menarik, unik dan tentunya enak, ini menjadi tantangan bagi pihak *restaurant* supaya dapat menarik perhatian pelanggan karena merupakan peluang yang besar bagi mereka. Banyak restoran yang menghadirkan makanan khas hampir dari segala penjuru dunia. Dengan konsep yang menarik dan unik mereka pun berharap agar bisa menarik perhatian pelanggan. *Brand identity* yang berupa bentuk visual logo dari restoran pun harus kuat supaya bisa menggambarkan konsep dan tujuan yang sebenarnya.

Salah satu faktor pendukung dari berkembangnya sebuah bisnis adalah *brand identity* yang harus kuat. Tidak kuatnya *brand identity*, maka tidak dapat pula menciptakan tingkat kesadaran dari masyarakat sendiri. *Brand identity* yang kuat yaitu yang mampu mengartikan dengan baik nilai dari produk itu sendiri, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dari masyarakat. Semakin kuatnya suatu *brand identity* yang disampaikan kepada masyarakat maka semakin tinggi pula reputasi restoran tersebut.

Restaurant Ce Wei ini merupakan restoran milik Dwiputra Group yang berlokasi di Gading Serpong. Restaurant ini sudah berdiri sejak 2009, dan sudah memiliki 3 cabang tidak hanya di Gading Serpong tapi juga ada di Jakarta. Di cabang Jakarta terdapat di Mall Kelapa Gading dan Mall Artha Gading, sedangkan di Gading Serpong terdapat di Ruko Paramont Rodeo dan Ruko PDA.

Restoran ini memiliki 12 meja yang mampu memuat sekitar 55 sampai 60 orang. Dalam *weekdays restaurant* bisa mencapai 50 sampai 100 *customer*, dan pada *weekend* bisa mencapai 100 sampai 200 *customer*. Restaurant ini mengganti konsep makanan *chinese food* menjadi hidangan halal yang biasa mereka sebut “*NO PORK*” dan *life seafood* sejak 18 April 2017, namun belum banyak orang yang mengetahui dengan perubahan konsep tersebut, dan pada logo pun Restaurant Ce Wei hanya mengganti warna *background* pada *logogram* untuk membedakan *restaurant pork* dan *no pork*, untuk *no pork* mengganti *tagline* di bawah *logotype*. Konsep restoran yang diberikan pihak Ce Wei pun tidak memiliki perubahan tidak terlihat nuansa yang berbeda jika di restoran *pork* dan *no pork*. Restaurant Ce Wei ini memiliki konsep yang berkelas dan terlihat mewah serta mereka mengutamakan pelayanan yang terbaik. Harga yang diberikan pun mulai dari Rp. 20.000,- sampai Rp. 60.000,- per orang. Tidak hanya itu, mereka pun menerima pesanan paket untuk acara-acara, terutama untuk acara pernikahan.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada hari Senin, 4 September 2017 sekitar pukul 17.00 WIB, dengan narasumber Ibu Eka, selaku pihak *manager* Restaurant Ce Wei dan wawancara kepada Bapak Ryan pada tanggal 2 Oktober 2017 selaku *marketing communication manager* dari kantor Dwiputra yang mengurus bagian restoran Ce Wei. Pak Ryan mengatakan bahwa “konsep *no pork* yang mereka buat yaitu untuk memperluas segmentasi dan dibuat menjadi lebih umum, jadi dipisahkan *pork* dan *no pork*. Untuk *no pork* akan dibuat untuk semua kalangan karena ada beberapa konsumen yang identik *pork*

dan ada yang tidak bisa masuk karena *pork*, mereka pisahkan *pork* dan *no pork* untuk menghindari kesalahpahaman dan memaksimalkan *customer* yang masuk untuk *no pork*, jadi benar-benar di pisah atau bisa disebut tidak ada campur tangan dalam *pork* dan *no pork* untuk menambah kualitas dari makanan. Sesungguhnya Ce Wei *no pork* ini membuka cabang tetapi memisahkan jenis produk yang berbeda, jadi posisi status *brand image* dan kualitas produk mereka tetap sama, namun dipisahkan antara produk *pork* dan *no pork*. Tujuannya dibuka di Serpong adalah untuk memperbanyak *customer* yang masuk tidak terbatas oleh beberapa *customer* saja, jadi secara universal. Secara global ada beberapa yang secara etnis atau agama ada yang tidak mengkonsumsi *pork*, jadi kami buka secara universal supaya *customer* manapun atau apapun bisa mengkonsumsi makanan dari Ce Wei, karena untuk menghindari pemikiran *customer* yang menganggap bahwa proses pembuatan makanan yang menggunakan wadah yang sama”.

Perusahaan ini sendiri pun sudah memiliki tiga cabang di Serpong dan Jakarta. Kualitas dan produk yang digunakan menggunakan yang terbaik dan *fresh*, jadi sudah dapat dipastikan makanan yang dihidangkan pun terbaik. *Quality Assurance Departement Rating* memberikan *grade B* kepada Restaurant Ce Wei. Promosi yang mereka lakukan hanya menggunakan *member card*, jika transaksi menggunakan kartu kredit atau debit BCA, atau *voucher* diskon yang bisa didapatkan melalui website myface.com, majalah Paramont, dan promo beberapa pilihan makanan dengan harga special bagi pengguna kartu ATM, jadi hanya saat *customer* datang baru mereka mengetahui jika ada beberapa promosi yang tersedia namun kurang *significant*, ternyata dari hasil wawancara yang penulis lakukan

terungkap bahwa para pelanggan masih ragu untuk makan di Restaurant Ce Wei, karena secara visual dan konsep 2 logonya terlihat mirip. Untuk yang sudah mengenal bahwa Ce Wei sekarang ada 2 itu masih bisa memakluminya, namun untuk yang belum mengetahui mereka akan kaget karena unsur *Chinesse* masih terlihat sangat kental pada logo. Sehingga agar masyarakat percaya dan mau datang tidak hanya promosi tapi harus mengubah identitas *brand* tersebut supaya lebih kuat, jadi para calon pelanggan pun tidak salah paham dan percaya bahwa Restaurant Ce Wei ini adalah *restaurant no pork*. Pada tugas akhir ini akan mencoba *re-design* logo Ce Wei sebagai solusi agar Restaurant Ce Wei dapat dipercaya masyarakat dan masyarakat ingin makan di tempat tersebut.

Restaurant Ce Wei pun memiliki keinginan untuk mengembangkan peningkatan target pengunjung dan juga keyakinan pengunjung untuk makan di *restaurant*, tidak hanya di Gading Serpong tapi juga di Jakarta. Berdasarkan teori tersebut maka pada tugas akhir akan membuat *brand identity* restoran Ce Wei sebagai solusi agar Restaurant Ce Wei dapat dipercaya masyarakat dan masyarakat ingin makan di tempat tersebut.

## 1.2. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah penelitian, penulis berpegang pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *brand identity* berupa logo yang sesuai untuk *Restaurant Ce Wei*?

### 1.3. Batasan Masalah

Supaya pembahasan tidak menyebar luas dan sesuai dengan uraian pada latar belakang, sehingga mempermudah untuk memperoleh data dan juga informasi yang diperlukan oleh penulis, jadi penulis membatasi batasan-batasan sebagai berikut:

#### 1. Segmentasi ( *Segment* )

##### a. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis pada mengarah pada

Usia: Usia dewasa dari 25 sampai di atas 40 tahun (ditujukan untuk masyarakat yang sudah bekerja dan berkeluarga).

Jenis Kelamin: Pria dan Wanita

SES: B ke A

Penulis tidak menentukan dari ras, agama maupun suku dalam penelitian ini.

Pendapatan: Di atas dari upah minimum regional.

##### b. Segmentasi Geografis

Untuk daerah Tangerang dan Jakarta.

##### b. Segmentasi Psikologi

Untuk responden yang memiliki pemikiran yang terbuka dan dapat menerima inovasi yang baru.

#### 2. Target ( *Targeting* )

Targetnya yaitu untuk masyarakat menengah ke atas dikarenakan harganya pun tidaklah murah, dan untuk masyarakat pecinta makanan *chinese food* namun halal.

### 3. Posisi ( *Positioning* )

Ce Wei adalah restoran *chinese food* yang halal dengan konsep pelayanan dan kualitas makanan yang baik. Ce Wei pun membuat *tagline* baru mereka yang bernama “ *NO PORK* “.

#### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penulis terhadap tugas akhir ini adalah melakukan Perancangan *Brand Identity* berupa logo untuk Restoran Ce Wei sebagai restoran *chinese food* yang halal yang bisa dinikmati oleh masyarakat umum, dan juga menciptakan persepsi masyarakat umum pada saat melihat logo Ce Wei sebagai restoran yang halal.

#### 1.5. Manfaat Tugas Akhir

##### 1. Manfaat bagi Penulis

Tugas akhir ini dibuat dengan tujuan sebagai syarat kelulusan akademik dari mata kuliah *Final Project* dan syarat untuk menyelesaikan studi strata-1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Selain itu, tugas akhir ini merupakan tugas yang terbesar bagi penulis selama empat tahun menjalani proses belajar mengajar dimana tugas akhir menjadi jalan untuk menerapkan ilmu desain yang telah dipelajari selama perkuliahan di program studi Desain Komunikasi Visual jurusan Desain Grafis di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis pun memiliki harapan

besar terhadap tugas akhir ini agar dapat dijadikan portofolio dan pengalaman yang baik tentunya bagi penulis sendiri.

2. Universitas Multimedia Nusantara

Penulis berharap pada tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan referensi yang baik bagi adik-adik kelas yang tentunya akan menjalani proses tugas akhir pada waktu yang ditentukan.

3. Khalayak Umum

Penulis berharap pada hasil dari tugas akhir yang berjudul Perancangan *Brand Identity* Restoran Ce Wei dapat memberikan pengaruh dan manfaat yang baik bagi pihak Restoran Ce Wei.

