



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Menurut Dutch Lender dari Rabobank (dalam Jakarta Post, 9 Januari 2016), Indonesia adalah salah satu negara pemakan nasi terbesar di dunia. Konsumsi produk berbasis gandum seperti roti dan mie meningkat selama 10 tahun terakhir dan menjadikan Indonesia sebagai pengimpor gandum terbesar di dunia ke-2, sehingga roti bisa menjadi makanan pokok baru pengganti nasi.

Sedangkan, menurut Haris Rachmanto selaku analis makanan dari Rabobank (2016), Sebanyak 8-9 juta orang akan memasuki kelas menengah setiap tahunnya dan perubahan gaya hidup akan memberikan peluang yang besar pada industri *bakery*. Hal ini dikarenakan konsumen akan memiliki daya beli yang lebih kuat dan mereka sudah memulai merangkul gaya hidup modern.

Pernyataan diatas menjadikan usaha *bakery* merupakan salah satu usaha yang menjanjikan dalam perkembangannya di industri kuliner Indonesia. Dari sekian banyak usaha *bakery* di Indonesia, paling banyak berasal dari usaha *bakery* rumahan kemudian baru disusul oleh perusahaan *bakery* besar baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Dengan begitu, persaingan yang ketat menjadikan tantangan yang sangat besar bagi para pengusaha *bakery* untuk bisa bersaing di industri ini.

Sasha Berry Bakery and Cake merupakan salah satu usaha *bakery* rumahan yang sudah ada sejak tahun 2007. Sasha Berry Bakery and Cake menjual berbagai macam roti dan kue baik tradisional maupun modern klasik. Sasha Berry sudah berdiri lebih dari 10 tahun dan sudah memiliki 6 cabang di sekitar Jakarta Barat. Seiring dengan berjalannya waktu Sasha Berry akan terus berinovasi dan akan mengembangkan usahanya tidak hanya di Jakarta Barat saja, tetapi lebih menyeluruh. Dengan adanya rencana perluasan usaha ini, *target market* dari Sasha Berry Bakery and Cake juga bertambah.

Berdasarkan hasil kuisioner yang disebarkan penulis kepada responden yang berdomisili di Jakarta dan sekitarnya, hampir 80% dari 271 responden tidak mengenal logo Sasha Berry Bakery and Cake. Dilihat dari logo mereka, hampir semua responden mengira bahwa Sasha Berry hanya menjual kue padahal mereka menjual berbagai jenis roti juga. Sasha Berry Bakery and Cake sudah mengalami pergantian logo beberapa kali tetapi hanya dibuat baru dengan mengikuti *trend* dan tanpa adanya konsistensi yang diterapkan. Oleh karena itu logo dari Sasha Berry Bakery and Cake akan susah dikenali oleh konsumen dan tidak memiliki ciri khas yang dapat membedakan Sasha Berry Bakery and Cake dengan toko kue dan roti lainnya.

Wheeler (2009:11) mengatakan bahwa jika suatu perusahaan menargetkan sebuah pasar baru yang lebih luas maka saat itulah *branding* diperlukan untuk bisa memperkuat *brand* dari perusahaan tersebut dan mencakup pasar yang dituju.

Berdasarkan masalah dan teori diatas perlu adanya perancangan ulang terhadap identitas visual dari Sasha berry Bakery and Cake agar dapat menciptakan sebuah *brand* yang mencerminkan citra dari Sasha Berry Bakery and Cake yang sesuai dan yang ingin dibangun dibenak konsumen. Selain itu akan menjadi pembeda yang unik diantara kompetitor lainnya agar dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen sebelum mengembangkan usahanya ke pasar yang lebih besar.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan penjabaran masalah yang telah penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah untuk Tugas Akhir ini berupa:

1. Bagaimana perancangan ulang identitas visual Sasha Berry Bakery and Cake dapat mencerminkan kualitas dan citra yang ingin dibangun dibenak konsumen sesuai dengan segmentasi pasar yang ditargetkan?

### **1.3. Batasan Masalah**

Masalah yang diangkat juga akan diberikan Batasan agar pengerjaanya menjadi terfokus dan tidak terlalu luas. Penulis akan membuat *Graphic Standard Manual* yang berisi perancangan logo Sasha Berry Bakery and Cake beserta *guidelines* menggunakan dan mengaplikasikannya di beberapa media seperti *letterhead, business card, packaging, x banner, uniforms, vehicle, website*.

Selain itu batasan lainnya berupa segmentasi dari calon konsumen yang menjadi *target* utama dari Sasha Berry Bakery and Cake.

1. Secara Geografis, ditujukan kepada masyarakat yang tinggal di daerah Jakarta dan sekitarnya khususnya Jakarta Barat dan di tempat-tempat yang ramai dan strategis seperti didekat sekolah, universitas, pasar, ataupun di dalam perumahan.
2. Secara demografis, ditujukan kepada masyarakat dengan rentang usia 17-30 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif dan mengikuti perkembangan tren dan gaya hidup yang sedang terjadi. Sasha Berry Bakery and cake lebih banyak memiliki pelanggan perempuan dibanding laki-laki. Tetapi, tidak menutup kemungkinan laki-laki juga datang untuk berbelanja karena toko bakery ini menawarkan produk yang dapat dikonsumsi oleh siapa saja.
3. Secara psikografis, ditujukan kepada masyarakat menengah kebawah karena salah satu hal yang diunggulkan dari produk Sasha Berry Bakery and Cake ini adalah standar kualitas produk yang tidak kalah dengan kompetitornya tetapi memiliki harga yang lebih terjangkau . Maka dari itu *target market* utama mereka adalah kalangan menengah bawah yang hidup di daerah perkotaan dan tempat yang strategis serta menyukai makanan cepat saji. Orang yang menyukai makanan ringan dan pencuci mulut (dessert) sebagai cemilan ataupun salah satu kebutuhan pokok. Sekarang orang sudah mengonsumsi roti bukan untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi untuk memenuhi gaya hidup.

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

Tujuan dari tugas akhir saya adalah merancang identitas visual yang dapat mencerminkan kualitas dan citra dari *brand* tersebut agar sesuai dengan segmentasi pasar yang *ditargetkan* serta membangun persepsi akan kualitas dan citra produk dibenak masyarakat.

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

Pembuatan Tugas Akhir Perancangan Identitas Visual Sasha Berry Bakery Indonesia diharapkan bermanfaat untuk:

1. Bagi penulis, pembuatan tugas akhir ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas serta kemampuan penulis dalam menggunakan desain untuk memecahkan suatu masalah yang terjadi disekitar kita.
2. Bagi perusahaan, Sasha Berry Bakery and Cake, mendapatkan identitas visual yang baru yang sesuai dengan citra yang ingin dibandung dari *brand* tersebut serta memiliki buku pedoman untuk dapat mengaplikasikan identitas visual nya sesuai dengan ketentuan yang ada.
3. Bagi mahasiswa, pembuatan tugas akhir ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa desain komunikasi visual lainnya untuk dijadikan sebagai referensi dalam perancangan identitas visual.