



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

Padang merupakan kota terbesar di pantai barat Pulau Sumatera. Padang juga dikenal dengan wisata kulinernya yang bermacam – macam. Kuliner yang banyak dijadikan ikon kota Padang antara lain Nasi Padang, Sate Padang, Dendeng Balado, Soto Padang, dan masih banyak lagi. Nasi Padang merupakan makanan yang paling populer di Indonesia dan masuk sebagai nominasi *World's Best Halal Culinary Destination* 2016 (CNN Indonesia, 2016). Salah satu perhatian penulis tertuju pada sebuah perusahaan yang bernama RM Singgalang Jaya.

RM Singgalang Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan yang menjual masakan Padang tradisional. RM Singgalang Jaya merupakan restoran Padang yang dijual di daerah bandara dan di stasiun. Nama Singgalang Jaya sendiri diambil dari gunung yang berada di Sumatera Barat yaitu Gunung Singgalang dan Jayanya sendiri dengan maksud berjaya. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 2004 dan memiliki lebih dari 20 toko. Tetapi hingga saat ini tinggal 4 toko di Indonesia, yaitu di bandara Soekarno Hatta, bandara Ngurah Rai, stasiun Gambir, dan di Restorasi.

Menurunnya penjualan RM Singgalang Jaya tidak terlepas dari adanya kompetitor – kompetitor yang masuk. Seperti, Sederhana, Sari Bundo, Padang Merdeka, dan lain – lain. Sari Bundo merupakan salah satu kompetitor baru yang menjual masakan Padang di daerah yang sama yaitu bandara dan stasiun.

RM Singgalang Jaya sudah mencoba beberapa terobosan dengan melakukan promosi dengan bekerja sama dengan OVO atau Go-Jek agar tidak tertinggal dengan kompetitor lainnya yang sudah memulainya terlebih dahulu. Tidak hanya promosi, bahkan perubahan logo juga sudah dilakukan RM Singgalang Jaya.

Awal mula logo RM Singgalang Jaya dibuat dengan menggunakan ikon kota Padang yaitu Rumah Gadang dan bertuliskan Rumah Makan Singgalang Jaya yang berwarna merah. Kemudian melakukan perubahan logo karena owner menginginkan tulisan Singgalang Jaya terlihat lebih besar dan jelas. Sehingga logo berubah menjadi hanya tulisan Singgalang Jaya dengan *font* baru dan lebih tebal.

Untuk cabang yang berada di stasiun Gambir, RM Singgalang Jaya logo yang digunakan di stasiun menggunakan kata – kata Kedai Kopi Singgalang dan memiliki gambar kopi di bagian akhir tulisan Kedai Kopi. Owner RM Singgalang Jaya mengatakan bahwa nama Kedai Kopi hanya untuk menarik perhatian konsumen bahwa tempat tersebut dapat dijadikan tempat menongkrong.

Melihat kasus tersebut, penulis ingin melakukan perbaikan pada logo RM Singgalang Jaya. Dimana RM Singgalang Jaya merupakan rumah makan Padang yang sudah ada sejak lama dan bermain di daerah bandara dan stasiun. Dengan harapan melalui perancangan identitas visual RM Singgalang Jaya sebagai Tugas Akhir dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan keberadaan RM Singgalang Jaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang, maka secara umum masalah yang akan dibahas di dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merepresentasikan RM Singgalang Jaya sebagai rumah makan padang melalui perancangan identitas visual ?
2. Bagaimana merancang *Graphic Standard Manual* sebagai panduan penggunaan logo RM Singgalang Jaya ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang sudah dijabarkan dalam Latar Belakang maupun Rumusan Masalah, maka batasan masalah dalam perancangan ulang identitas visual RM Singgalang Jaya sebagai berikut :

1. Perancangan identitas visual baru RM Singgalang Jaya dan membuat *Graphic Standard Manual*
2. Batasan target market sebagai berikut :
 - a. Demografis : Pria dan Wanita, golongan menengah keatas, usia 25-55 tahun.
 - b. Geografis : Daerah bandara dan stasiun.
 - c. Psikografis : Pecinta Nasi Padang, dengan gaya hidup modern

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun penulisan yang diwujudkan dalam tugas akhir memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut :

1. Merancang identitas visual RM Singgalang Jaya sebagai rumah makan padang.

2. Merancang *Graphic Standard Manual* untuk menciptakan kesatuan dan konsistensi dalam menggunakan logo pada outlet berbeda.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Tugas Akhir bagi:

1. Penulis

Tugas akhir ini dapat membantu penulis dalam menambah pengetahuan, pengenalan, pengalaman, dan pengamatan tentang sebuah perancangan identitas pada sebuah produk atau jasa yang mengalami masalah.

2. Orang Lain

Tugas akhir ini dapat membantu orang lain untuk menjadikan referensi bagi mahasiswa yang sedang menjalankan tugas akhir.

3. Universitas

Tugas akhir ini sebagai bukti bahwa penulis layak untuk mengikuti perkuliahan tingkat akhir di universitas.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA