



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

Cina Peranakan adalah sebutan untuk sebuah kelompok kaum migran Hokkian, sebuah kaum yang berasal dari provinsi Cina Selatan, yang sebagian besar telah bercampur dengan perempuan di daerah setempat di Indonesia. Menurut Gumulya (2017), suatu budaya yang unik dan khas terbentuk melalui pengaruh perempuan dalam pernikahan campuran mereka, sehingga adanya komunitas Cina peranakan yang solid dan signifikan.

Seiring perkembangan jaman, pertumbuhan restoran dan rumah makan masakan Cina di DKI Jakarta menduduki posisi ke-3 dengan perolehan presentase sebesar 10,28% menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2015. Rumah Makan Akoaen (RM. Akoaen) adalah rumah makan *chinese food* yang berlokasi di Jl. Prof Joko Sutono No. 11A, Senopati, Jakarta. telah memiliki 1 cabang yang berlokasi daerah Jakarta Selatan dan 1 cabang di daerah Jakarta Barat. Rumah makan ini merupakan rumah makan keluarga yang menyediakan berbagai masakan Cina peranakan, melayani katering, dan dapat disewa untuk mengadakan rapat atau acara lainnya. Berdasarkan wawancara dengan narasumber, logo dari RM. Akoaen pada awalnya tidak dibuat secara profesional. Dan logo RM. Akoaen yang sekarang juga hanya merupakan versi *upgrade* dari logo sebelumnya. Hasil kuesioner juga membuktikan bahwa identitas dari RM. Akoaen tidak mencerminkan identitas RM. Akoaen tidak merepresentasikan produk yang disajikan, yaitu masakan Cina peranakan.

Perancangan ulang brand identity pada RM. Aken dikarenakan brand identity yang ada terlihat tidak mencerminkan identitas RM. Aken yang sesungguhnya, yaitu rumah makan Cina peranakan. Perancangan ulang *brand identity* pada RM. Aken juga dilakukan untuk merubah *brand identity* RM. Aken secara keseluruhan, dari tampilan identitas visual, penerapannya pada *touchpoints* untuk memperkenalkan perancangan ulang brand identity pada RM. Aken, serta menyediakan *graphic standard manual* (GSM) sebagai pedoman untuk brand identity RM. Aken.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah dalam pertanyaan sebagai berikut: Bagaimana merancang ulang brand identity RM. Aken yang mempresentasikan nilai-nilai dari restoran dan dari produknya dan sesuai dengan teori brand identity yang ideal?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan “Perancangan Ulang Brand identity RM. Aken”. Perancangan brand identity dipilih karena brand identity tidak merepresentasikan produknya, yaitu masakan Cina peranakan.

a) Demografis:

Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan

Usia: 15-64 tahun

Kelas ekonomi: B

b) Geografis: DKI Jakarta

c) Psikografis:

Gaya hidup: Cenderung makan dengan keluarga atau beramai-ramai

Ketertarikan: Penggemar *Chinese food* & masakan Cina peranakan, penyuka porsi banyak

Kepribadian: ekonomis

Batasan perancangan meliputi:

a) Brand identity;

b) *Graphic Standard Manual* (GSM)

c) *Touchpoints*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang brand identity RM. Akaen agar mempresentasikan nilai-nilai yang dimilikinya.

1. Merancang ulang brand identity RM. Akaen dengan batasan meliputi brand identity, *Graphic Standard Manual* (GSM), dan *touchpoints*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diterima adalah sebagai berikut:

Manfaat bagi penulis: Penulis dapat menguji dirinya sendiri untuk mengerjakan tugas akhir, dan menggunakan ilmu-ilmu yang telah penulis pelajari selama mengenyam perkuliahan. Penulis juga mendapatkan ilmu, pembelajaran dan pengalaman dari perancangan ulang brand identity RM. Akoa.

Manfaat bagi perusahaan: Perusahaan dapat masukan berupa ide perancangan ulang brand identity, yang dapat dipakai untuk memperbaharui brand identity dari perusahaan tersebut.

Manfaat bagi universitas: Memberikan kontribusi untuk mahasiswa dalam menempuh studi baik dari sarana dan prasarana, serta memberikan syarat lulus untuk penulis.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA