



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.

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari makanan. Sebagai salah satu kebutuhan utama dalam menjalani aktivitas sehari-hari yang padat dan perkembangan di jaman *modern* muncul berbagai varian makanan dalam masyarakat untuk dikonsumsi antara lain roti dan kue. Roti dan kue memiliki sejarah perkembangan hingga ratusan tahun di Indonesia. Dikutip dari Maulana Wahyu Jumantara, anggota Sub Sektor *Bakery* Gabungan Pengusaha Makanan Minuman (http://industri.kontan.co.id) Roti telah menempati urutan ketiga setelah nasi dan mie sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia. Selain itu Maulana mengatakan "Pertumbuhan rata-rata periode (CAGR) 2010-2014, bisnis roti dan kue Indonesia naik 14%. Sedangkan proyeksi pertumbuhan CAGR periode 2014-2020 untuk bisnis roti dan kue 10%. Sampai 2020, targetnya potensi bisnis roti dan kue nilainya mencapai Rp 20,5 triliun." Hal ini menjadi salah satu alasan berkembangnya industri roti dan kue di Indonesia dengan munculnya berbagai toko roti dan kue seperti The Harvest, Bread Talk, Eaton, Home Made dan Holland *Bakery*.

Salah satu industri roti dan yang kue yang berkembang adalah AJ *Bakery* & *Cake*. Berdiri pada tahun 1990, AJ *Bakery* & *Cake* adalah sebuah bisnis roti dan kue berbadan hukum dibawah PT.Indo Boga Karya yang didirikan oleh Endra Tania Tan. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Endra pada 24 Febuari 2018 berjualan biskuit dengan nama Asia Jaya

sampai ia menyadari potensi yang dimiliki industri roti dan kue. Bapak Endra memutuskan untuk membuka sebuah bisnis roti dan kue dengan nama AJ Bakery & Cake dengan target utama keluarga. Cabang pertama AJ Bakery & Cake berlokasi di Summagung. Bapak Endra memperdalam ilmu dengan belajar di Taiwan dan mengaplikasikan teknik dalam pembuatan roti Taiwan pada roti AJ Bakery & Cake karena lebih inovatif. Pada tahun 2003 AJ Bakery & Cake terus berkembang dan ramai diminati oleh masyarakat sampai akhirnya Bapak Endra memutuskan untuk membuka cabang kedua di Jl. Boulevard Raya dan cabang ketiga pada tahun 2008 di Ruko Melati Mas Square. Sekarang ini perkembangan AJ Bakery & Cake yang stagnan karena target konsumen AJ Bakery & Cake adalah keluarga namun pada kenyataanya sebagian besar konsumen memiliki usia di atas 40 tahun karena itu Bapak Endra ingin menyasar ke target konsumen ke kalangan muda.

Namun berdasarkan penelitian awal yang penulis lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memiliki rentang usia 18 tahun - 24 tahun sebagian besar tidak mengetahui AJ *Bakery & Cake* dan berpendapat AJ *Bakery & Cake* tidak menarik, kuno dan berpendapat logo AJ *Bakery & Cake* seperti logo koran. Menurut *Wheeler* (2009) "*Brand Identity* adalah strategi bisnis dan aset untuk meningkatkan *awareness* dan mengkomunikasikan keunikan, kualitas dan keunggulan." (hlm. 48). Berdasarkan permasalahan tersebut, mendorong penulis untuk melakukan perancangan ulang identitas visual AJ *Bakery & Cake* yang tepat.

ANTAR

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan identitas visual AJ *Bakery & Cake* sehingga dapat merepresentasikan visi dan misi serta keunikannya?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada:

- 1. Segmentasi
 - a. Segmentasi Demografis
 - Pria dan wanita
 - Kelas sosial : menengah-menengah atas (SES AB)
 - Usia 18-24 tahun.
 - b. Segmentasi Psikografis
 - Orang yang menyukai roti dan kue
 - Orang yang membutuhkan camilan dan sarapan yang mudah dan cepat
 - c. Segmentasi Geografis
 - Masyarakat yang berdomisili di Jakarta dan Tangerang

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah AJ Bakery & Cake memiliki identitas visual yang tepat.

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Perancangan Tugas Akhir antara lain:

- Bagi penulis: Menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam bidang kreatif dan memenuhi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara.
- 2. Bagi Masyarakat: Mengenal dan mengetahui keunggulan dan potensi yang dimiliki oleh AJ *Bakery & Cake*.
- 3. Bagi Universitas: Sebagai referensi untuk menambah wawasan dan menjadi refensi bagi mahasiswa lain yang akan menempuh Tugas Akhir.

