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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman *cupcake* kini menjadi salah satu kue atau cemilan yang sangat digemari oleh masyarakat. Sebagaimana yang telah dikemukanan oleh Daylailatu (2011) dalam artikel berjudul *Serba-Serbi Cupcake Kue Cangkir Idola Seluruh Dunia* yang dimuat dalam situs *online* tabloid Nova mengatakan. *Cupcake* berkembang di Amerika konon pada abad 19, dijuluki demikian karena bahan-bahan yang dipergunakan lazimnya ditakar dalam ukuran *Cup* atau mangkuk bukan ditimbang seperti halnya saat ini. Perkembangan *Cupcake* tidak hanya sekedar perubahan nama saja tapi sudah mulai terjadi variasi komposisi bahan baku, ukuran, bentuk, toping, serta tujuan pemakaian. Di Indonesia sendiri, *cupcake* mulai dikenal dan menjadi popular sejak tiga tahun belakangan. *Cupcake* sering disajikan sebagai salah satu menu dalam suatu perayaan pesta, seperti ulang tahun dan pernikahan.

Seiring dikenalnya *cupcake* dari masa ke masa tak luput dari kehadiran perusahaan pembuat *cupcake,* baik dari skala rumahan maupun skala besar. Bisnis *cupcake* saat ini memang sedang bekembang pesat. Banyak orang yang berlomba-lomba dalam membangun sebuah usaha *cupcake* karena mereka melihat peluang yang sangat baik untuk terjun ke dalam bisnis tersebut. Salah satunya adalah Hermon *Cake,* perusahaan *bakery* lokal yang berkecimpung di bisnis *bakery* dan *cake*. Hermon *cake* menyediakan berbagai macam aneka kue termasuk salah

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013

satunya *cupcake*. Hermon *Cake* berada di Tangerang *City Mall* dan berdiri sejak pertengahan tahun 2012. Berdasarkan pengamatan awal dalam disiplin desain grafis, dapat dinyatakan bahwasanya identitas visual perusahaan Hermon kurang mencerminkan produk yang dijual, sebagaimana merujuk pada (Balmer, 1995) Identitas Perusahaan adalah pesona dari suatu korporasi yang disesuaikan dengan pencapaian terhadap sasaran bisnis secara objektif. Secara riil identitas perusahaan dapat diwujudkan berupa kepribadian dari organisasi/perusahaan tersebut. Pada intinya, bertujuan agar masyarakat mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami filosofi-filosofi perusahaan/organisasi tersebut.

Suatu identitas perusahaan yang mana dicerminkan melalui merek menurut Susanto dan Wijanarko (2004), dalam menghadapi persaingan yang ketat, merek yang kuat merupakan suatu pembeda yang jelas, bernilai dan berkesinambungan, menjadi ujung tombak bagi daya saing perusahaan dan sangat membantu strategi pemasaran, dalam visualisasi logo dari merek Hermon *Cake and Traditional Snack* kurang mencerminkan produk dari Hermon *Cake* itu sendiri, sehingga kurang menimbulkan rasa percaya dari pihak konsumen, selain hal tersebut, pengaplikasiannya pun kurang menarik minat para pembeli, hal inilah yang menjadi permasalahan Hermon *Cake and traditional Snack.*

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh *Starbucks* yng mana telah melakukan pembaruan identitas visual (logo) perusahaannya di tahun 2011 dan terbukti menaikkan penjualan produknya (*Starbucks Coffee, 2012-2013 Advertising & Marketing Plan).* Berdasarkan pernyataan tersebut perancangan ulang identitas visual yang dilakukan menjadi penting bertujuan agar identitas

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013

Hermon yang baru lebih mencerminkan identitasnya serta mendongkrak penjualan produk Hermon *cake* itu sendiri, sehingga memberikan dampak positif terhadap merek Hermon.

Hal tersebut menjadi catatan penting dalam perancangan yang dilakukan bahwasannya dalam pembuatan identitas visual yang baik maka suatu produk yang dipasarkan pun akan laris di pasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya, penulis dapat menarik inti permasalahan, yakni:

- bagaimana perancangan ulang Identitas visual Hermon yang tepat agar dapat menembus pasar yang yang dituju ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan penulis di khususkan pada pembuatan ulang identitas merek Hermon *Cake.* Dari latar belakang diatas permasalahan yang dialami oleh Hermon *Cake* adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pencerminan identitas pada logo Hermon *Cake,* sehingga identitas Hermon kurang diketahui oleh masyarakat.
2. Kurangnya pengaplikasian identitas visual pada media penunjang.

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis buat adalah sebagai berikut.

1. Agar identitas Hermon *Cake* yang baru dapat mencerminkan identitas produknya sesuai dengan kepribadian perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, antara lain :

A. Umum

Penelitian ini bertujuan agar masyarakat lebih mengetahui keberadaan dari Hermon dan memperluas pasar penjualan serta mendongkrak penjualan produk Hermon.

B. Praktis

Penelitian ini dibuat agar perusahaan memiliki suatu identitas perusahaan yang baik agar mencerminkan citra perusahaan dan juga produk yang dijualnya.

C. Akademis

Penelitian ini dibuat untuk memberikan sumbangan dan pemgembangan ilmu untuk menambah referensi pustaka bagi penelitian selanjutnya mengenai pembaruan identitas dari suatu merek.

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat pembahasan mengenai masalah yang melatarbelakangi penelitian yang dilakukan oleh penulis. Setelah itu penulis mencari dasar permasalahan dari penelitian ini, kemudian menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Selain itu bab ini juga membahas mengenai metodologi proyek, yang berisi tentang tahapan-tahapan yang akan di tempuh dalam proyek ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori – teori yang mendasari penelitian ini. Landasan teori ini bersumber dari studi pustakan, teori – teori yang di dapat dikumpulkan dan digunakan sebagai dasar untuk mendasari proyek ini.

BAB III : PERANCANGAN KONSEP VISUAL DAN TEKNIS PRODUKSI

Pada bab ini berisi deskripsi umum projek, hasil penelitian baik berupa observasi maupun wawancara dan berisi perencanaan konsep kreatif dan proses teknis yang berisi ekplorasi desain, ekperimen serta proses perancangan penelitian.

BAB IV : ANALISA RANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013

Bab ini membahas tentang karya yang telah selesai diciptakan meliputi relevansi karya dan kajian yang digunakan serta dengan konsep kreatif dan teknis yang direncanakan, kendala dan solusi atas penelitian ini dan karya pendukung serta strategi promo.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban atas penelitian yang dilakukan penulis, dan dalam bab ini penulis juga melampirkan beberapa contoh desain yang terbuka untuk di revisi berdasakan kebutuhan Hermon.

Perancangan Ulang..., Lystia Canserra, FSD UMN, 2013