



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

Catering merupakan salah satu bentuk wirausaha yang bergerak dibidang jasa boga di mana produk utamanya adalah penyediaan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen (Bode, 2003, hlm. 4). Pada pengelolaan usahanya, catering menangani penyediaan makanan dan minuman di tempat pada produk usaha itu diselenggarakan (inside catering) atau produk makanan dan minuman dibawa keluar tempat produksinya (outside catering).

Menurut Direktur Jendral Industri Agro Kementrian Perindustrian Benny Wahyudi, seperti dilampir dalam situ *Kemenperin* (2015: 13 Februari 2015), industri makanan dan minuman khususnya pada industri *catering* tumbuh sekitar 8,17% pada kuartal 1/2013 dan diprediksi akan terus naik seiring dengan meningkatnya permintaan akan kebutuhan jasa boga di Indonesia. Industri boga merupakan suatu industri yang padat karya sehingga perkembangan dari industri tersebut telah membuka lapangan kerja baik di bidang formal maupun informal. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa persaingan dalam usaha *catering* di Indonesia terus bertumbuh dengan pesat seiiring dengan perkembangan sektor pengkonsumsiannya yang luas.

Alamanda Catering adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa boga yang mencakup makanan dan minuman baik dalam

penyediaan jasa boga yang bersifat kontinuitas (penyediaan dalam bentuk *box* untuk perusahaan dengan sistem kerja *shifting*), maupun yang bersifat *independencies* (penyediaan dalam system prasmanan untuk satu acara tertentu). Alamanda Catering merupakan salah satu bagian dari CV. Alamanda Pratama, berdiri semenjak tahun 1995 di Tangerang Selatan dan telah memiliki 2 cabang yang terletak di Jakarta Timur dan Bogor. Alamanda Catering memiliki cakupan konsumen yang beragam mulai dari rumah tangga (pribadi), kantor swasta maupun instansi-instansi pemerintah, dan layanan prasmanan untuk acara-acara tertentu dengan jumlah porsi konsumsi antara 100 sampai dengan 500 porsi konsumsi setiap harinya. Bahkan untuk acara-acara tertentu seperti pernikahan, *catering* ini melayani 3.500 tamu undangan dengan menu yang sangat bervariasi.

Permasalahan yang terjadi di perusahaan ini adalah adanya perubahan sistem usaha, yang sebelumnya CV. Alamanda Pratama memulai bisnisnya dengan sistem paket catering dan wedding organizer, berkembang menjadi banyaknya permintaan akan jasa catering dan wedding organizer (menjadi event organizer karena banyak permintaan diluar acara pernikahan) secara independent (tidak lagi sistem paketan). Hal tersebut menyebabkan CV. Alamanda Pratama harus membagi manajemennya menjadi 2 usaha independent yang berdiri sendiri. Untuk usaha cateringnya, CV. Alamanda Pratama memberikan nama usahanya sebagai Alamanda Catering, sedangkan untuk event organizernya diberikan nama Pratama Event Organizer.

Logo yang selama ini digunakan oleh perusahaan masih menggunakan logo lama yang masih merupakan logo CV. Alamanda Pratama, sedangkan dalam

prakteknya sekarang, CV. Alamanda Paratama telah berkembang menjadi catering dan event organizer yang lebih independent (tidak saling bersangkut paut dengan manajemen yang berbeda), maka dibutuhkan pemisahan identitas usaha, di mana catering dan event organizer akan dibedakan menjadi bagian usaha masing-masing yang lebih profesional. Identitas perusahaan sekarang merupakan permasalahan serius yang harus diperbaiki karena pada saat ini logo yang sudah ada masih merupakan satu bagian dari dua usaha yang berbeda. Selain itu, logo sebelumnya dibuat dan hanya digunakan sebagai komponen pelengkap untuk sebuah usaha tanpa memperhatikan prinsip-prinsip desain grafis dalam pembuatan sebuah logo yang baik dan benar. Hal ini membuat logo tidak mampu mencerminkan identitas dan kepribadian dari perusahaan tersebut yang menyebabkan berkurangnya kepercayaan dari konsumen. Terlebih lagi setelah adanya perubahan target pasar dari Alamanda Catering dimana sebelumnya adalah ibu rumah tangga dan calon pengantin, menjadi perusahaan dengan sistem kontrak kerja berjangka yang menuntut logo sebagai presentasi pertama kali dari identitas perusahaan harus lebih profesional untuk dapat mendapatkan kepercayaan dari perusahaan yang menawarkan kontrak tersebut.

Penulis memutuskan untuk merancang logo baru sebagai solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Oleh karena itu, Penulis mengangkat tema "Perancangan Logo Alamanda Catering" sebagai tugas akhir.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Alamanda Catering adalah:

1. Bagaimana merancang logo Alamanda Catering yang sesuai dengan identitas

perusahaan tersebut?

2. Bagaimana membuat Graphic Standard Manual sebagai panduan

penggunaan logo Alamanda Catering?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka batasan masalah dalam perancangan ini meliputi:

1. Segmentasi

Segmentasi dapat dijabarkan dengan menggunakan beberapa faktor, yaitu:

a. Segmentasi Demografis

Usia : 21-40 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Sosial : B - A

b. Segmentasi Geografis

Penduduk yang berdomisili di kota Jakarta, Tangerang, dan Bogor.

c. Segmentasi Psikografis

Target primer dari logo ini merupakan perusahaan yang menggunakan sistem kontrak berjangka dan memiliki keperluan luas akan jasa boga untuk kebutuhan makan karyawan hingga acara-acara internal bisnis. Target sekundernya adalah ibu rumah tangga dan calon pengantin yang membutuhkan jasa boga untuk keperluan acara pribadi seperti pernikahan, ulang tahun, pertemuan, dan lain-lain.

2. Perancangan ini dibatasi pada pembuatan Logo dan GSM (*Graphic Standard Manual*) sebagai panduan dalam penggunaan Logo.

1.4. Tujuan Perancangan

Penulis dapat menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Membuat desain logo Alamanda Catering yang baru dan sesuai dengan identitas perusahaan.
- 2. Membuat *Graphic Standard Manual* sebagai panduan dalam penggunaan logo.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Ulang Logo Alamanda Catering" yaitu:

- Alamanda Catering mendapatkan logo baru yang sesuai dengan identitas perusahaan.
- 2. Konsumen dapat mengenali dan tertarik terhadap Alamanda Catering.

1.6. Metodologi Pengumpulan Data

Penelitian dan perancangan redesain logo yang akan dilaksanakan ini dilengkapi dengan suatu proses pengumpulan data yang didasari kepada beberapa metode kualitatif yang dinilai sesuai, antara lain:

1. Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah metode pengumpulan informasi yang dibutuhkan dengan melaksanakan penelitian ini melalui media, baik cetak maupun *internet*. Sumber dapat diperoleh dari buku, koran, dan majalah. Studi Pustaka menjadi awal landasan penelitian secara teoritis serta menjadi titik tumpu perencanaan metode perancangan yang sesuai untuk mencapai tujuan utama membuat perancangan desain logo bagi Alamanda Catering.

2. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara menyaksikan secara langsung saat penelitian kemudian mencatat secara objektif. Studi ini meliputi proses komparasi perusahaan Alamanda Catering dengan berbagai entitas sejenis, dan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan.

3. Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan melalui komunikasi penulis dengan responden. Komunikasi tersebut berlangsung berupa tanya jawab secara tatap muka. Hasil wawancara ini menjadi sumber informasi primer yang relevan dan dibutuhkan untuk perancangan logo Alamanda Catering.

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan selama proses pengerjaan ini akan dilakukan secara bertahap agar mendapatkan hasil yang maksimal dari penelitian dan perancangan. Tahaptahap ini terdiri dari:

1. Latar Belakang

Tema yang telah dipilih dilanjutkan dengan pembuatan latar belakang. Ini akan membahas mengenai perkembangan bisnis yang serupa dengan tema, penjelasan mengenai tema, dan permasalahan utama dari penelitian yang akan dibahas.

2. Perumusan Masalah

Tahap selanjutnya adalah tahap perumusan masalah dimana hal yang menjadi permasalahan utama diidentifikasi dengan hasil berbentuk sebuah pertanyaan yang akan dicari jawabannya dalam sebuah penelitian.

3. Tujuan Perancangan

Rumusan masalah yang telah ditentukan akan menjadi dasar untuk tujuan perancangan. Setiap penelitian dan perancangan yang dilakukan mengarah pada tujuan akhir dari penelitian yaitu merancang logo yang sesuai untuk Alamanda Catering.

4. Tinjauan Pustaka

Tahap ini merupakan sebuah tahap pencarian landasan teoritis yang berhubungan dengan tema. Landasan teoritis ini akan mendukung solusi yang dihadirkan dalam menyelesaikan sebuah permasalahan yang ada.

5. Pengumpulan Data

Tahap ini adalah tahap dimana dilakukan sebuah riset untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan melalui wawancara, studi lapangan, dan studi literatur.

6. Konsep Kreatif

Landasan teoritis dan data-data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah dasar untuk melakukan tahap selanjutnya, yaitu konsep kreatif. Tahap ini dimulai dengan *brainstorming* dan *mindmapping* untuk membuat sebuah konsep perancangan yang sesuai.

7. Sketsa Awal

Hasil ide tersebut kemudian dibuat menjadi sebuah desain, mulai dari membuat sketsa, pemilihan warna yang sesuai dengan identitas Alamanda Catering, membuat bentuk, menyusun komposisi sehingga dihasilkan visualisasi desain. Desain yang dibuat akan memperhatikan prinsip-prinsip desain seperti keselarasan, proporsi, keseimbangan, serta penekanan yang menarik bagi konsumen.

8. Digitalisasi

Logo dibuat dalam bentuk digital dengan menggunakan program aplikasi yang sesuai. Selain itu, tahap ini juga merupakan tahap percobaan warna dan tipografi logo agar menghasilkan sebuah kesatuan pada logo tersebut.

9. Percobaan Aplikasi

Logo yang telah disetujui kemudian dicoba untuk diaplikasikan agar diketahui kesalahan yang ada pada logo tersebut.

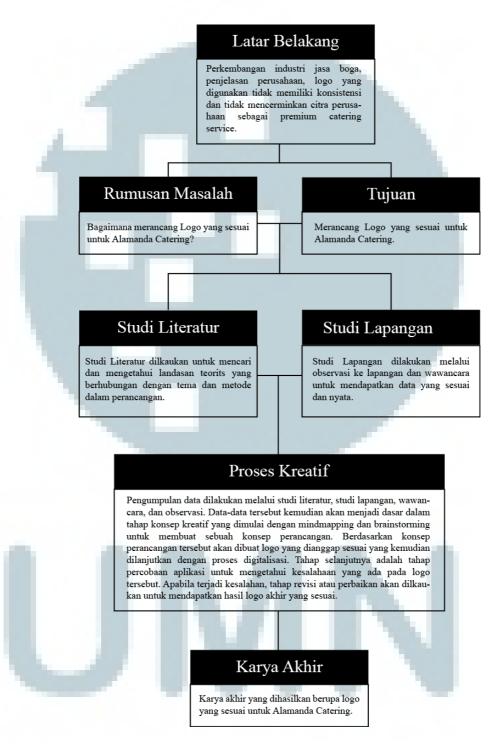
10. Revisi Final

Kesalahan yang ditemukan atau perbaikan yang dapat dilakukan dari hasil pengujian logo akan dilakukan pada tahap ini untuk memastikan kualitas logo.

11. Karya Akhir

Setelah melalui tahap revisi akhir untuk setiap permasalahan yang telah ditemukan, logo akan siap untuk digunakan.

1.8. Skematika Perancangan



Bagan 1.1. Skematika Perancangan (Dokumentasi pribadi)