



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

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat di awal abad ke-21 ini berimbas dengan meningkatnya jumlah kelas menengah di kota-kota besar di Indonesia. Jakarta yang merupakan ibukota negara dan salah satu pusat ekonomi Indonesia. Dalam metro.kompasiana.com (Kamis, 19 September 2013) kelas menengah yang begitu kuat dipengaruhi oleh budaya konsumtif merupakan pasar yang sangat menggiurkan untuk sektor konsumsi dan *Food and Beverages*.

Sektor konsumsi yang dimaksud salah satunya adalah makanan ringan. *Popcorn* merupakan makanan ringan yang menjadi pilihan di masyarakat. *Popcorn* seringkali dikonsumsi sebagai teman menonton. *Popcorn* selain sebagai teman menonton juga memiliki banyak manfaat. Menurut sosbud.kompasiana.com (Jumat, 8 Juli 2011) jenis popcorn saat ini semakin bervariasi dengan berbagai rasa. *Popcorn Story* adalah salah satu bisnis yang menyediakan *popcorn* dengan berbagai varian rasa untuk dikonsumsi. *Popcorn Story* merupakan popcorn yang dapat menimbulkan kesan tertentu saat memakannya.

Dalam edukasi.kompas.com (Minggu, 15 Juni 2014) logo dan *brand* adalah suatu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah perusahaan. Keduanya berfungsi sebagai identitas yang merepresentasikan citra sebuah perusahaan dimata konsumen.

David Airey dalam bukunya yang berjudul *Logo Design Love* (2010, Hlm. 6) mengatakan bahwa logo merupakan elemen penting karena para konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih suatu produk/jasa berdasarkan *brand awareness* dan keberadaan suatu produk. Peran sebuah logo memiliki pengaruh yang sangat penting dalam menyampaikan suatu citra perusahaan terhadap konsumen dan calon konsumen. Hal inilah yang membentuk sebuah faktor pengenalan sekaligus pembeda dari suatu produk dengan kompetitornya. Sehingga konsumen mampu mengenali keunikan masing-masing produk.

Popcorn Story yang berdiri pada tahun 2012 memulai bisnisnya dari satu *outlet* di daerah Tomang dan mendapat tanggapan yang baik dari masyarakat sehingga *Popcorn Story* mengembangkan bisnisnya sampai menjadi 5 *outlet* di berbagai tempat. *Popcorn Story* menghadirkan popcorn yang merupakan makanan ringan yang identik dengan bioskop dengan gaya dan rasa yang baru. Harga yang terjangkau dan berbagai pilihan rasa yang menarik merupakan salah satu keunggulan yang coba ditawarkan oleh *Popcorn Story*.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, *Popcorn Story* belum menerapkan identitas *brand* secara sistematis yang menjadi gambaran dan pembeda dari *popcorn* merk lainnya yang sebenarnya merupakan peran penting untuk menyampaikan citra dari produk yang ditawarkannya. Logo yang terdapat pada produk *Popcorn Story* ini belum sesuai dengan prinsip desain terutama pada komposisi, *layout*, serta tipografi. (<http://mypopcornstory.com/>)

Lemahnya identitas *brand* dan logo yang belum sesuai berdasarkan prinsip desain yang ada dari produk ini mengakibatkan hilangnya gambaran/citra yang menyebabkan produk tidak tersampaikan. Perancangan ulang desain logo dan identitas *brand Popcorn Story* serta penerapannya di media komunikasi visual seperti desain *packaging* dan *souvenir* merupakan solusi yang bisa membantu bisnis ini untuk memperluas informasi dan membantu agar produk lebih dikenal oleh masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Popcorn Story memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan visual logo mampu memunculkan citra serta keunggulan dari produk yang ditawarkan oleh *Popcorn Story*?
2. Bagaimana penerapan logo *Popcorn Story* ke dalam media melalui sebuah Grafik Standar Manual.

1.3. Batasan Masalah

Perancangan ulang logo *Popcorn Story* ini dimulai dengan membatasi masalah kepada:

1. Visualisasi logo yang diperuntukan bagi target market remaja berumur 18-25 tahun, memiliki kepribadian aktif dan sering melewati waktu bersama, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, kelas ekonomi A-B, memiliki ketertarikan pada makanan yang dijadikan sebagai cemilan, dan biasa berpergian mencari hiburan di area perbelanjaan.

1.4. Tujuan Perancangan

Penelitian dan perancangan yang dilakukan memiliki tujuan untuk:

1. Memunculkan citra serta keunggulan dari produk yang ditawarkan oleh *Popcorn Story* melalui sebuah logo yang diterapkan ke dalam sebuah Grafik Standar Manual.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah memberikan logo yang dapat mencerminkan kualitas *Popcorn Story*, menarik pelanggan dan memberikan citra yang positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan keberadaan *Popcorn Story* di dalam persaingan bisnis dengan membangun identitas dan kesetiaan.

1.6. Metode Penelitian

Penelitian dan perancangan identitas brand ini dilengkapi dengan proses pengumpulan data yang didasari dengan beberapa metode. Metode yang akan digunakan untuk mendukung penelitian dan perancangan adalah metode kualitatif yang sesuai. Data yang telah dikumpulkan akan ditelaah lebih lanjut menggunakan proses SWOT analisis serta menjadi landasan penulis dalam membentuk visual logo *brand Popcorn Story*. Berikut beberapa metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data:

a. Studi Literatur

Nazir (2011, Hlm.11) mengatakan bahwa studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, catatan-catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Studi literatur merupakan landasan utama dalam penelitian secara teoritis dan menjadi panduan dalam perancangan, literatur yang dikumpulkan berupa berbagai buku yang relevan dengan proses perancangan identitas brand dan pembentukan sebuah logo. Pengumpulan teori pendukung dan prinsip desain juga dikumpulkan sebagai dasar dari proses perancangan.

b. Wawancara

Wawancara menurut Dr. Eko Budiarto (2001, Hlm. 40) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan pemilik *Popcorn Story* sebagai sumber informasi utama untuk mendapatkan informasi yang berhubungan sebagai pendukung dan pelengkap penelitian. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh data perusahaan serta data yang berhubungan dengan penjualan ataupun distribusi dari produk *Popcorn Story*. Konsumen juga dibutuhkan sebagai sumber informasi tambahan untuk mendapatkan data sebagai pendukung penelitian dan perancangan ini.

c. Observasi

Riduwan (2004, Hlm. 104) mengatakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dan fenomena yang terjadi. Informasi yang diperoleh dari observasi merupakan tempat, konsumen, kegiatan, waktu, serta perilaku target. Studi ini juga dilakukan untuk mendapat perbandingan antara *Popcorn Story* dan kompetitornya, serta penelitian terhadap interaksi antara perusahaan dengan konsumennya.

d. Kuisisioner

Menurut Arikunto (2006, Hlm. 151) metode angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden. Melalui kuisisioner, penulis mendapatkan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

1.7. Metode Perancangan

Perancangan visual logo baru dari *Popcorn Story* membutuhkan landasan yang dapat menjadi dasar perancangan sebuah identitas. Metode perancangan dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan proses pelaksanaan yang dapat memaksimalkan hasil dari penelitian dan perancangan ini. Tahap-tahap yang dibutuhkan agar visualisasi logo dapat digunakan antara lain:

a. Pengumpulan Data

Penelitian awal akan dimulai dari pemilihan tema, judul, serta pembuatan latar belakang. Sebelum memulai tahap merancang, penulis terlebih dahulu mengumpulkan data yang berhubungan dengan perusahaan seperti latar belakang perusahaan, spesifikasi produk melalui metode penelitian yang sudah ditentukan. Data yang dikumpulkan tidak hanya meliputi data perusahaan tetapi juga data yang berhubungan dengan konsumen. Keseluruhan data yang diperoleh akan sangat membantu proses perancangan desain.

b. Pengumpulan Literatur

Tahap selanjutnya adalah pengumpulan literatur yang menjadi landasan dalam proses perancangan. Literatur yang dikumpulkan berhubungan dengan proses perancangan sebuah identitas *brand* serta beberapa teori lain seperti teori mengenai logo hingga teori warna.

c. Penyajian dan SWOT analisis

Tahap ini, seluruh data yang diperoleh disajikan dalam bentuk yang terstruktur seperti diagram, tabel, yang menjelaskan lebih detail dari data yang ada. Data tersebut menjadi pertimbangan dalam pengisian SWOT analisis. SWOT analisis berguna untuk memudahkan penarikan kesimpulan dan penentuan masalah yang terdapat dalam *brand Popcorn Story*.

d. Menentukan Permasalahan

Hasil dari SWOT analisis akan menunjukkan kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh *brand Popcorn Story*. Tahap selanjutnya adalah perumusan masalah dimana masalah yang timbul menjadi pokok permasalahan yang diidentifikasi dan menemukan solusi yang tepat dalam proses perancangan selanjutnya.

e. Pembentukan solusi dan konsep kreatif

Konsep kreatif muncul didasari oleh landasan teoritis yang lengkap. Data yang diperoleh melalui SWOT analisis dapat membantu memunculkan kekuatan dari *brand Popcorn Story* sebagai *brand uniqueness*. Tahap selanjutnya setelah menemukan brand uniqueness adalah pembentukan konsep dan *positioning* yang akan diterapkan. *Positioning* dan konsep akan digunakan sebagai acuan dalam menampilkan sebuah *brand Popcorn Story*.

f. *Mind Mapping*

Proses perancangan visual logo diawali dengan proses *mind mapping* yang diambil dari kata kunci *positioning* yang dimiliki oleh *brand Popcorn Story*. Proses ini dilakukan untuk mencari solusi yang tepat untuk visual logo dari brand Popcorn Story.

g. Sketsa pembentukan

Visual logo yang telah ditemukan dalam proses *mind mapping* akan dilanjutkan pada tahap sketsa. Proses sketsa perancangan logo didasarkan dari data yang telah dikumpulkan serta hasil *mind mapping* yang telah dilakukan.

h. Finalisasi sketsa

Logo akan disempurnakan melalui penyempurnaan sketsa dengan melalui beberapa proses. Proses finalisasi meliputi digitalisasi dari sketsa, serta implementasi warna yang memberikan kesan yang tepat untuk *brand Popcorn Story*.

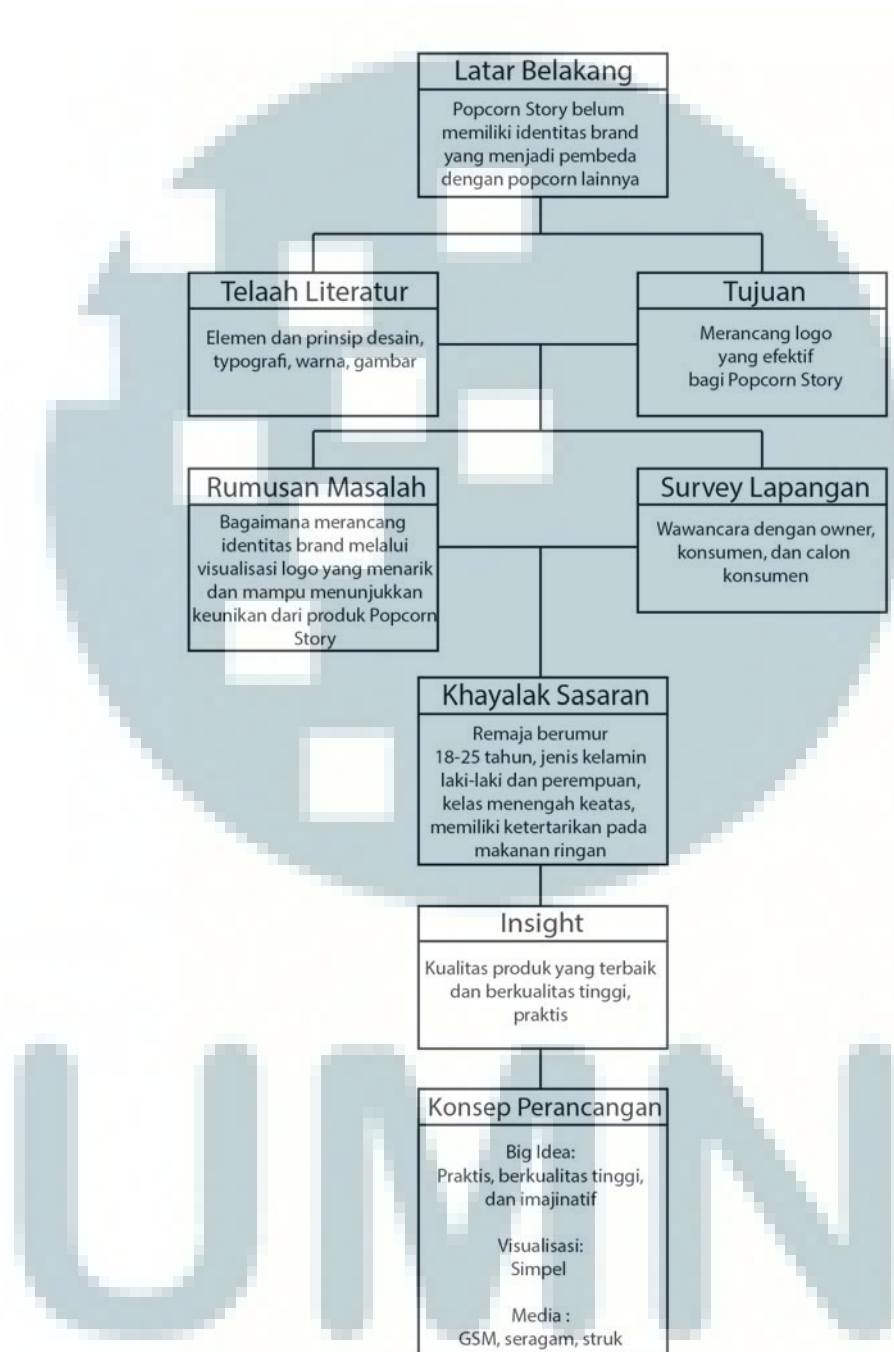
i. Penerapan rancangan

Logo yang sudah sampai pada tahap final siap diterapkan pada kepentingan-kepentingan perusahaan dan media komunikasi visual lainnya yang dapat dijadikan sebagai identitas *brand*. Logo akan diterapkan pada *packaging*, seragam, pin, brosur, dan kartu nama.

j. Pembuatan GSM

Semua konfigurasi dari visual logo yang telah berhasil dirancang akan disatukan ke dalam sebuah buku konfigurasi yang disebut sebagai Grafik Standar Manual (GSM) yang nantinya digunakan sebagai panduan penerapan logo.

1.8. Skematika Perancangan



Bagan 1.1 Skematika Perancangan

(Sumber: Penulis)