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

Makanan dan minuman merupakan hal yang penting demi berlangsungnya kehidupan manusia. Sejak jaman dahulu sampai sekarang makanan dan minuman masih diperlukan, dimulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Pada saat ini makanan dan minuman ringan terus berkembang, namun perkembangan tersebut ada yang negatif dan yang positif. Perkembangan makanan dari segi negatif seperti jaman sekarang adanya penambahan zat kimia seperti borax agar lebih bertahan lama atau menambahkan warna tekstil pada makanan, sedangkan dari segi positif seperti kue jaman sekarang adanya penambahan rasa yang unik atau hiasan di atas kue tersebut. Perkembangan itu terjadi karena adanya persaingan atau kompetitor.

Seiring perkembangan jaman, banyak macam makanan dan minuman yang dikembangkan oleh para kompetitor. Hal ini menyebabkan banyak *brand* minuman ringan yang beredar. Setiap *brand* makanan mempunyai jenis menu spesial tersendiri. Menu-menu spesial ini termasuk puding, agar-agar, *yogurt*, dan lain-lain. Namun keberagaman ini tidak menghalangi rasa penasaran masyarakat. Orang-orang tetap mencobanya dan bahkan mengunggah foto dari menu spesial yang mereka beli.

Sam's Strawberry Corner merupakan salah satu restoran yang cukup berkembang dalam usahanya. Restoran ini awal mulanya adalah sebuah *Cafe* di

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015

Bandung yang menyediakan minuman spesial jus stroberi untuk para remaja yang sedang bersantai. Perkembangan *Cafe* ini berubah menjadi restoran yang menyediakan makanan juga yang mempunyai menu spesial mie ayam. Restoran Sam's mempunyai produk pelengkap seperti yogurt, puding, teh susu, dan yang lainnya. *Yogurt* adalah produk fermentasi dari susu pasteurisasi dengan menambahkan bakteri *lactobacillius bulgaricus* yang dapat menghasilkan bakteri asam laktat dan asam asetat sehingga mengeluarkan cita rasa yang asam dalam proses fermentasi susu tersebut. *Yogurt* yang dimiliki restoran Sam's belum memiliki tanda pengenal di kemasannya. Oleh karena itu, penulis ingin merancang identitas visual kemasan dari Sam's *yogurt*.

Pendistribusian *yogurt* ini dilakukan perminggu sebanyak 70 botol per hari dari pusat tergantung pemesanan dari cabang restoran. Yogurt ini dapat bertahan di luar lemari pendingin selama 1-2 hari dan di dalam lemari pendingin selama 3-4 hari. *Yogurt* Sam's mempunyai rasa yang unik karena mengandung soda. *Yogurt* tersebut memiliki berbagai macam rasa seperti stroberi, anggur, mangga, dan rasa melon. Namun dibalik rasa yang menyegarkan, produk minuman tersebut belum mempunyai label grafis dan orang kurang mengetahui karena *yogurt* ini hanya berada dibalik kaca lemari pendingin saja.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dari fenomena di atas sebagai berikut bagaimana perancangan identitas visual label kemasan minuman *yogurt* restoran Sam's yang sesuai dengan target konsumen?

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015

1.3. Batasan Masalah

Batasan yang penulis berikan pada perancangan ini berupa segmentasi. Menurut Glencoe (2006), segmentasi dibagi menjadi 3 yaitu:

- Demografi: pembagian menurut populasi setiap individu seperti umur, jenis kelamin, pendapatan, ras, pendidikan, dan pekerjaan.
- Geografi: pembagian kelompok berdasarkan tempat tinggal.
- Psikografi: pengelompokan berdasarkan persamaan gaya hidup, sifat, nilai, dan opini dari individu.

Penulis memberi batasan masalah pada rumusan diatas:

- secara demografi, perancangan label desain kemasan yogurt restoran Sam's dibagi menurut umur *target market* dengan usia 11 -40 tahun, jenis kelamin pria dan wanita, warga negara Indonesia.
- perancangan kemasan sekunder
- secara geografi, perancangan label kemasan ditujukan untuk lingkungan wilayah besar seperti Kota Jakarta, Bogor, Bandung, dan Tangerang.

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang tertulis, maka tujuan tugas akhir ini adalah: membuat desain label kemasan *yogurt* Sam's yang tepat dan unik.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat dari hasil perancangan desain kemasan ini bagi:

- Perusahaan: hasil perancangan visual berupa label kemasan yang dapat meningkatkan penjualan pada produk *Yogurt*.

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015

- Penulis: dapat menambah pengalaman penulis dari segi akademis maupun segi berkomunikasi.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang penulis gunakan melalui pendekatan kualitatif yaitu dengan:

- *Interview* bebas terpimpin

  teknik pengumpulan data melalui tatap muka dan bertanya jawab langsung terhadap si pemilik. Di dalam pengumpulan data, penulis menyiapkan beberapa pertanyaan lengkap dan mencatat sebagai informasi.
- Observasi lapangan

  teknik pengambilan data lapangan menggunakan pengamatan langsung yang dapat dibantu oleh alat untuk mencatat atau merekam.

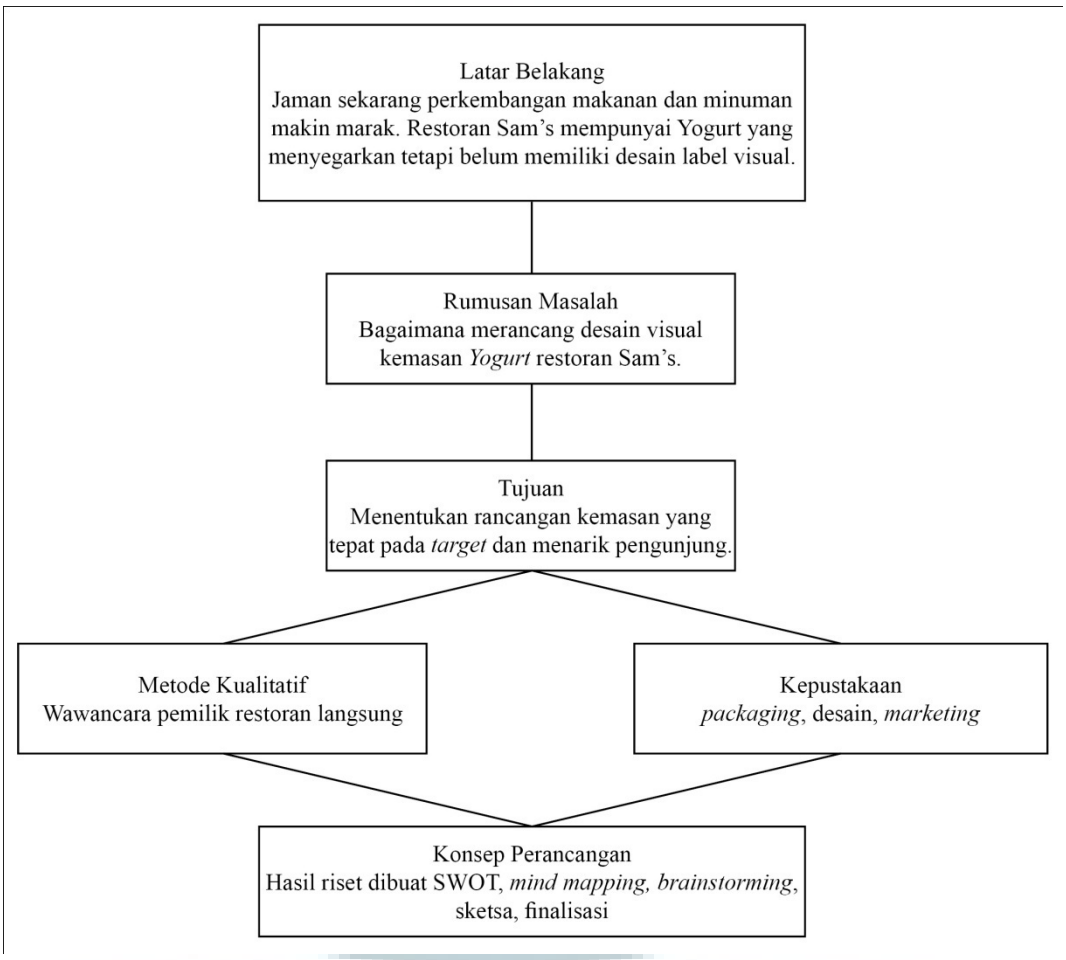
1.7. Metode Perancangan

Untuk mengetahui gambaran umum tentang perancangan ini, maka diperlukan metode penelitian yang jelas sebagai berikut:

- Menentukan latar belakang sebagai dasar masalah
- Kemudian dilanjutkan ke tahap pengumpulan data berdasarkan wawancara pemilik
- Mencari tujuan perancangan
- Menentukan pemecahan masalah dengan membuat konsep
- Memberikan alternatif desain yang akan dipilih
- Tahap finalisasi akhir.

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015

1.8. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika perancangan