

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini Desain Komunikasi Visual sangatlah penting kehadirannya di kehidupan sehari-hari. Desain Komunikasi Visual memiliki peran yang penting di dalam suatu perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi yang dimiliki. Pada dasarnya Desain Komunikasi Visual memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan dan mendapatkan perhatian dari mata atau secara visual dan membuat pesan tersebut dapat diingat. Desain Komunikasi Visual merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang konsep-konsep komunikasi serta ungkapan yang kreatif melalui berbagai sarana media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen grafis berupa bentuk/ gambar, huruf, serta komposisi warna dan layout. Dengan tujuan agar pesan menjadi lebih efektif, informatif, dan komunikatif (Kursrianto, 2007)

Restaurant atau biasa dikenal juga sebagai tempat makan adalah tempat yang menyajikan berbagai makanan. Biasanya restaurant memiliki 2 cara penyajian yaitu makan ditempat atau dibawa pulang yang biasa dikenal dengan *take away*. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan yang pesat khususnya dibidang kuliner membuat persaingan industri kuliner sangat ketat, banyak sekali orang yang mencoba menjalankan bisnis dibidang kuliner karena lebih menjanjikan. Perkembangan yang terjadi akhirnya merubah beberapa pandangan orang terhadap kota Bandung yang dulunya dikenal sebagai kota lautan api ternyata sekarang bisa dikenal juga sebagai ‘surga kuliner’. Bandung sekarang memiliki banyak makanan yang dapat kita coba jika mengunjungi kota Bandung ini.

Bukan hanya makanan yang mengikuti perubahan zaman. Dalam desain, logo menjadi salah satu identitas utama yang berada dalam suatu brand, karena dari logo akan terlihat seperti apa identitas brand dan jati diri yang ditonjolkan.

Salah satu jenis kuliner yang sedang berkembang saat ini di Indonesia adalah jenis kuliner mala. Mala adalah makanan yang berasal dari negara cina dan memiliki rasa pedas, tetapi berbeda dengan pedas cabai biasanya. Bumbu mala memiliki ciri khas yaitu, sensasi yang akan membuat lidah terasa kebas sehingga rasa yang dikeluarkan akan membuat penikmat mala menjadi ketagihan.

Golden monkey adalah salah satu *restaurant* yang berkembang di kota Bandung yang berada di jalan gardujati nomor 9B. Golden monkey ini awalnya didirikan pada tahun 2015 di Sudirman street, yang menyajikan makanan yang berbasis mala atau biasa dikenal sebagai kuah pedas yang berasal dari negara cina yang memiliki rasa kebas jika dihirup dan menghangatkan tubuh disaat cuaca kota bandung ini dingin. Seiring dengan perjuangannya, Golden monkey sudah memiliki 5 cabang yang tersebar di daerah-daerah besar kota bandung dan memiliki 1 cabang yang berada di cibubur.

Logo yang digunakan oleh golden monkey dari awal merintis hingga sekarang masih menggunakan logo yang diambil dari situs, yang kemudian diedit sehingga memiliki identitas *brand*, tetapi tidak terlihat memiliki ciri khas dan pesan dari brand. Penggunaan logo yang dipilih tidak memiliki nilai plus dan identitas yang kuat. Dari pemaparan permasalahan diatas, penulis akan membantu dalam pembuatan kemasan untuk mode pemesanan *take away* sehingga kuah sup dari mala tersebut sampai kepada customer dengan selamat.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengutamakan pembuatan perancangan identitas visual Golden Monkey guna membantu Golden Monkey memiliki identitas visual yang sesuai dan mengandung informasi yang ingin disampaikan oleh restoran ini sendiri. Hal ini bertujuan guna meningkatkan awareness bagi masyarakat yang melihatnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana perancangan identitas visual Golden Monkey yang tepat untuk menggantikan identitas yang lama?.

1.3 Batasan Masalah

- Demografis:
 - Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
 - Usia :17-50 Tahun (Sekunder), 25-40 Tahun (primer)
 - Pendidikan: SMA-Bekerja
 - SES: A-B
- Geografis: Seluruh Indonesia (Terutama Bandung)
- Psikografis: Tidak ada psikografis yang Khusus Karena tujuan dari Pembuatan adalah memberika informasi Mengenai *rebranding*

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan utamanya adalah membuat identitas baru untuk Golden Monkey agar memiliki identitas yang memiliki nilai dari restoran tersebut

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis
Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan selama menempuh studi, khususnya di dalam perancangan identitas visual, mengenal definisi desain secara menyeluruh.
2. Manfaat Bagi orang lain
Hasil Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan pelajaran atau dijadikan referensi dikemudian harinya dalam kegiatan perancangan identitas visual.
3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara
Dapat dijadikan sebagai sarana tambahan referensi di perpustakaan

Universitas Multimedia Nusantara mengenai permasalahan yang terkait dengan penulisan Tugas Akhir ini dengan kata kunci Perancangan Identitas Visual.

4. Bagi Golden Monkey

Dapat dijadikan acuan sebagai identitas baru, penambahan identitas visual yang masih sedikit dan diharapkan memberikan kemudahan untuk menjual dan memasarkan produk golden monkey hingga keluar kota, sehingga cakupan area lebih luas.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA