

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Palembang adalah merupakan kota di Indonesia yang terletak di Sumatra Selatan yang memiliki berbagai macam kuliner yang populer yang tersebar di seluruh provinsi. Beberapa makanan khas Indonesia yang terkenal adalah seperti daging malbi, tekwan, mie celor, pempek, dan masih banyak lagi. Makanan tersebut dapat dinikmati di seluruh kota Palembang maupun di luar Palembang mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran-restoran yang menyediakan makanan-makanan khas dari Palembang. Seiring berkembangnya zaman, semakin banyak juga restoran-restoran yang menyediakan makanan khas dari Palembang. Salah satu restoran yang menyediakan makanan khas Indonesia adalah Restoran Sarinande Tempo Doeloe.

Restoran Sarinande Tempo Doeloe adalah sebuah restoran khas Palembang yang telah berdiri sejak tahun 1956 yang menjual makanan khas dari Palembang seperti pindang, daging malbi, pempek, dan sebagainya. Restoran Sarinande Tempo Doeloe ini sendiri terletak di Jl. Mayor Ruslan di Kota Palembang. Restoran ini sendiri sudah membuka 3 cabang di seluruh kota Palembang, pada awalnya restoran ini berjualan di Pasar 16 dengan menggunakan gerobak, hingga sekarang Restoran Sarinande telah membuka 3 cabang di seluruh Palembang yang berada di Jl. Mayor Ruslan, Jl. Kapten Marzuki, dan Jl. Tanjung Api-Api. Sekarang pengelola utama dari restoran ini bernama Yusuf Rhandy yang dijalankan sejak tahun 2012 yang bekerja di cabang Jalan Mayor Ruslan.

Restoran ini memiliki berbagai permasalahan, salah satunya adalah faktor masalah desain. Menurut dari wawancara testimoni dari Yusuf Rhandy pemilik dari Restoran Sarinande Tempo Doeloe, dari logo restoran beberapa pengunjung salah paham terhadap nama restoran Sarinande Tempo Doeloe sebagai rumah

makan masakan khas Padang bukan rumah makan masakan khas Palembang. Didukung juga menurut hasil survei kuesioner yang penulis lakukan di Google Form dari 100 responden sebanyak 54 persen orang responden menganggap logo dari Restoran Sarinande Tempo Doeloe tidak mencerminkan ciri khas restoran Palembang. Dari observasi lokasi yang penulis lakukan, Restoran Sarinande Tempo Doeloe ini ternyata memiliki masalah di identitas visual. Identitas visual dari restoran ini masih kurang jelas dan kurang konsisten dan tiap cabang memiliki identitas visual yang berbeda. Permasalahan identitas visual yang ada di restoran ini terjadi mulai dari logo dan adanya ketidakkonsistenan lain pada unsur desain lainnya seperti tipografi, warna, dan implementasi gambar di berbagai macam media di berbagai cabang Restoran Sarinande Tempo Doeloe.

Menurut Wheeler (2018) *brand* yang ada keunikan seharusnya membangun identitas merek yang dapat bertahan lama hingga jangka panjang. Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan ulang identitas visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe. Perancangan ulang identitas visual berfungsi untuk meningkatkan *brand awareness* dan *image* produk tersebut. Perancangan ulang identitas juga diharapkan menghasilkan *image* yang menonjol pada restoran Sarinande Tempo Doeloe.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Terdapat dua rumusan masalah yang terjadi pada penelitian Tugas Akhir yang penulis kerjakan yaitu masalah lapangan dan masalah desain. Masalah lapangan dari restoran ini adalah dari hasil kuisisioner penulis lakukan, restoran ini kurang mencerminkan dari restoran khas Palembang. Untuk masalah desainnya sendiri adalah cabang-cabang dari restoran Sarinande Tempo Doeloe ini sendiri memiliki identitas visual yang berbeda pada tiap cabang restoran mulai dari logo, tipografi, warna. Oleh karena itu berikut pertanyaan rumusan masalah yang ditetapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan ulang Identitas Visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe Palembang ?.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dalam perancangan identitas visual ini ditujukan kepada masyarakat Indonesia dengan kondisi sebagai berikut :

#### 1.3.1 Demografis :

- a. Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
- b. Usia : 17-26 tahun (primer), 27-50 tahun (sekunder)

Penulis memilih target market umur gen Z 17-26 tahun berdasarkan hasil riset data yang mengenai target market mengenai preferensi makanan gen Z yang dimana data survei dari Goodstats.id (2022), masakan tradisional Indonesia lebih digemari oleh mayoritas anak-anak muda umur 17-26 tahun di Indonesia dibandingkan masakan-masakan lain. Ditambah pertimbangan lain atas pernyataan owner yang mengatakan restoran Sarinande lebih ingin menekankan restoran ini dengan target utama dari restoran adalah gen Z.

- c. Pendidikan : SMA hingga Perguruan Tinggi
- d. Kelas ekonomi : SES A—B
- e. Pekerjaan : Pekerja Kantoran, Wirausaha, Pengusaha, Pelajar, Mahasiswa

#### 1.3.2 Geografis :

- a. Primer : Palembang dan Sekitarnya
- b. Sekunder : Indonesia

#### 1.3.3 Psikografis :

- a. Mereka yang tertarik kepada kuliner khas Palembang.
- b. Mereka yang menyukai masakan kuliner tradisional Indonesia.
- c. Mereka yang penasaran dengan kuliner Palembang.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah melakukan perancangan ulang identitas visual dari restoran Sarinande Tempo Doeloe yang bertujuan meningkatkan *brand awareness* dan pelanggan dari restoran tersebut.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

### 1. Manfaat Bagi Penulis

Pelaksanaan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi pengalaman bagi penulis dalam menerapkan ilmu desain komunikasi visual yang telah didapat pada sebuah studi kasus yang nyata. Sehingga menambah pengetahuan sebuah brand dan memahami mengenai *brand identity* baik secara teori dan implementasi desain yang sudah dipelajari semasa kuliah.

### 2. Manfaat Bagi Restoran Sarinande

Dengan pelaksanaan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan brand identity dari restoran Sarinande tersebut. Selain itu penulis juga berharap dengan adanya perancangan ulang identitas visual dari restoran Sarinande dapat membantu restoran tersebut menunjukkan citra restoran kepada masyarakat.

### 3. Manfaat Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah pelaksanaan Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi perancangan ulang identitas visual dari sebuah restoran bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam membuat karya ilmiah.

