

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mulanya bisnis *billiard* ini tercetus karena pemilik bisnis melihat adanya peluang untuk memulai bisnisnya dari banyaknya acara tournament yang ditayangkan di televisi, kemudian mulai muncul *event* pertandingan *billiard* berskala lokal dan internasional, hal ini membuktikan bahwa *billiard* ini banyak peminatnya dan hal ini bisa menjadi peluang bisnis tempat *billiard*. Hal ini membuat banyak orang yang berminat untuk membuat bisnis *billiard* ini, maka dari itu bisnis *billiard* ini semakin menjamur dan persaingannya semakin ketat (Pratama, 2023).

Berdasarkan keterangan pemilik bisnis *billiard*. Perkembangan *billiard* ini sudah sangat jauh berbeda dari mulanya *billiard* ini identik dengan hal negatif, kini banyak tempat *billiard* yang memiliki suasana positif sehingga pengunjung merasa nyaman ketika menyalurkan hobinya, *billiard* ini juga memiliki banyak manfaat, karena melatih fokus dan ketelitian seperti matematika (Maria, 2023). Dengan adanya perkembangan di dunia *billiard* ini maka semakin banyak pesaing bisnis yang menjamur. Untuk tetap bisa bertahan dan bersaing maka dibutuhkan identitas yang kuat dari *brand* ini. Wheeler (2017) identitas visual dibutuhkan untuk membuat pembeda dengan para pesaing, dengan adanya pembeda ini maka *brand* bisa menyampaikan citranya kepada audiens.

Breakroom *billiard* adalah salah satu tempat *billiard* yang ramai pengunjung di Gading serpong. Breakroom *billiard* telah didirikan sejak 25 Juli 2020 yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang, Banten, tepatnya di jalan Boulevard Blok TA2 No. 29-30. Breakroom *billiard* juga menyediakan pilihan menu makanan dan minuman untuk para pengunjung. Dengan fasilitas bermain yang lengkap, suasana nyaman, dan lokasi yang strategis, tempat ini menjadi salah satu tempat favorit di kawasan Gading Serpong. Pemilih bisnis ini mengatakan bahwa, target market

Breakroom *billiard* ini merupakan mahasiswa yang ingin belajar mengenai hal baru dan memiliki semangat untuk berolahraga dikisaran usia dewasa muda yang tinggal di sekitaran apartemen Scientia.

Breakroom memiliki identitas visual yang kurang sesuai dengan citra yang ingin disampaikan, terbukti dari hasil kuisisioner yang penulis sebar pada tanggal 14 September 2023, memiliki hasil paling banyak responden menyatakan bahwa logo Breakroom ini belum sesuai dengan citra breakroom *billiard* ini. Hasil dari kuisisioner sebanyak 39.4% responden menyatakan bahwa suasana yang diekspektasikan ketika melihat logo breakroom ini merupakan *billiard* yang ada karokenya. Sebanyak 28.4% responden menyatakan bahwa logo ini memberikan citra *billiard* dengan nuansa gelap. Sejumlah 22.9% responden menyatakan bahwa logo ini menggambarkan *billiard* dengan lagu dugem. Data hasil kuisisioner yang disebar penulis juga mendapatkan hasil 59.6% responden ketika melihat tempat *billiard* ini merasakan suasana yang untuk bersenang-senang, sedangkan 54.1% responden mengatakan suasananya *billiard* dengan musik kekinian, dan 49.5% responden mengatakan bahwa suasana breakroom ini merupakan *billiard* yang ramai di siang hari. Dari hal ini dapat kita simpulkan bahwa logo breakroom ini sangat berbanding terbalik dengan citra yang ingin pemilik bisnis ini sampaikan dan tidak sesuai dengan visi misi, yang mana dari hal tersebut membuat penurunan pendapatan.

Untuk menghindari hal ini Breakroom *billiard* harus mengubah identitas visual agar citra yang disampaikan kepada pengunjung bisa sesuai yang diharapkan *brand*. Berdasarkan hal tersebut, maka untuk memperbaiki citra *brand* agar sesuai antara identitas visual dengan visi misi yang dijalankan Breakroom ini maka diperlukan adanya perubahan identitas visual. Perancangan ulang ini diharapkan dapat menjadi solusi dari masalah *brand* agar dapat membangun citra *brand* yang sesuai. Permasalahan yang ada pada saat ini terdapat pada identitas visual yang tidak sesuai, seperti penggunaan elemen, tipografi, warna, dsb. Dengan adanya perancangan ulang ini diharapkan dapat menciptakan citra *brand* yang kuat dan representasi yang sesuai dengan *brand* ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identitas visual yang tidak memberikan presentasi yang sesuai dengan *brand*, berikut merupakan beberapa masalah yang dihadapi breakroom *billiard*,

1. Identitas visual Breakroom *billiard* yang tidak mencerminkan citra *brand* yang sesuai keinginan pemilik bisnis ini.
2. Responden memiliki salah persepsi terhadap identitas visual breakroom *billiard*.
3. Perlu ada perancangan ulang identitas visual untuk memperbaiki citra *brand* sehingga tidak ada lagi persepsi berbeda terhadap *brand*.

Hal ini juga didukung dengan hasil observasi dan kuisisioner memberikan bukti bahwa masyarakat setuju bahwa perlu adanya perubahan identitas visual dari *brand* tersebut. Maka didapatkan rumusan masalah, bagaimana perancangan ulang identitas visual breakroom *billiard* sehingga menunjukkan citra *brand* yang sesuai?

1.3 Batasan Masalah

Untuk penyelesaian dari masalah yang dihadapi breakroom ini, penulis memberikan batasan masalah agar dapat lebih spesifik dalam mengeluarkan solusi yang sesuai. Berikut merupakan beberapa batasan masalah breakroom:

1. Demografis
 - a. Usia : 18-22 tahun, kisaran usia dewasa muda merupakan pelanggan yang sering mengunjungi breakroom ini, karena dengan keseharian sebagai mahasiswa, sehingga mereka membutuhkan tempat untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan positif seperti bermain atau berolahraga di sini.
 - b. Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-laki
 - c. Pendidikan : Mahasiswa
 - d. SES : Kalangan A-B
 - e. Pendapatan : Rp. 4.600.000 s/d Rp. 8.000.000

2. Geografis

Breakroom yang pertama didirikan berlokasi di Gading Serpong, maka dari itu Breakroom ini ditujukan pada masyarakat yang bertempat tinggal di kota Tangerang Selatan.

- a. Kota: Tangerang Selatan, Gading Serpong
- b. Negara: Indonesia

3. Psikografis

Batasan psikografis, yaitu orang yang memiliki gaya hidup sehat dan memikirkan kesehatan jasmani dan psikologis. Kesehatan jasmani berkaitan dengan *billiard* karena *billiard* termasuk dalam salah satu cabang olahraga, dan kesehatan psikologis berkaitan dengan refreshing dengan mengisi waktu luang untuk berkegiatan positif, bersenang-senang dan menyalurkan hobi, sehingga tidak terpeku dengan tuntutan belajar.

- a. Orang yang mau belajar mengenai hal baru.
- b. Orang yang semangat untuk berolahraga.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulis membuat perancangan ini, merancang identitas baru untuk Breakroom *billiard* untuk mewujudkan citra yang sesuai dengan keinginan *brand* ini, sehingga tidak menimbulkan banyak persepsi berbeda-beda dan sesuai dengan visi dan misi *brand*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini memiliki manfaat bagi penulis, *brand*, dan universitas:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya perancangan tugas akhir ini, dapat memberi manfaat kepada penulis berupa pengalaman dan pengetahuan secara teori dan praktik dalam melakukan perancangan terhadap suatu *brand*.

2. Bagi Breakroom *billiard*

Dengan adanya perancangan tugas akhir ini, diharapkan menjadi solusi untuk memperbaiki *citra brand* agar sesuai dengan visi dan misi,

sehingga memiliki identitas yang kuat dalam *brand*, dan terbentuk citra yang sesuai dengan keinginan *brand*.

3. Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini dapat menjadi acuan dan referensi dalam penulisan tugas akhir bagi mahasiswa UMN yang akan mengambil mata kuliah tugas akhir ini mengenai perancangan ulang identitas visual bagi suatu *brand*.

