

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sate bandeng adalah makanan tradisional khas Banten khususnya Daerah Kota Serang. Sebagai komoditas produk pangan lokal, UMKM produk sate bandeng terbilang sangat lambat dalam mengembangkan *branding* dan penjualannya (Winangsih et. al., 2019). Pada artikelnya Solehatin (2020) mengatakan, Dari tahun 2013 setidaknya terdapat 23 pengusaha sate bandeng yang saling bersaing dalam menjalankan usahanya, mengembangkan usaha merupakan salah satu jalan yang dapat digunakan untuk mempertahankan Perusahaan agar tidak tertinggal dan dan tergerus oleh pesaing dalam pasar, Sate bandeng Ibu Amenah merupakan salah satu pesaing dalam pasar pejualan sate bandeng, sate bandeng Ibu Amenah memiliki keunikan dalam produknya karena memiliki varian rasa dari sate bandeng, yang membuat sate bandeng Ibu Amenah menjadi pilihan untuk dikonsumsi.

Dalam bukunya, Wheeler (2018) menyatakan bahwa sebuah merek yang memiliki keunikan seharusnya membangun identitas merek yang asli dan bertahan lama. Sate bandeng Ibu Amenah merupakan salah satu sate bandeng dari kota serang yang sudah berdiri semenjak tahun 2011, Sate bandeng Ibu Amenah tidak menyertakan keunikan dalam identitas visualnya yang membuat Sate Bandeng Ibu Amenah tidak memiliki pembeda dibandingkan dengan sate bandeng yang lainnya, hal tersebut membuat kurangnya fungsi Identitas Visual dan sulitnya penyampaian pesan yang terkandung pada *brand* Sate Bandeng Ibu Amenah yang ditujukan untuk Masyarakat.

Konsisten dalam sebuah tampilan visual merupakan hal yang penting, pada bukunya Wheeler (2018) mengatakan sebuah Perusahaan harus memiliki wajah atau tampilan visual yang konsisten atau tetap, tidak berubah – ubah untuk ditampilkan pada pelanggan. Pada observasi dan kuisisioner yang dilakukan pada identitas visual dari Sate Bandeng Ibu Amenah, identitas visual yang dimiliki tidak

memiliki kekonsistenan yang terletak pada beberapa media seperti logo sampai dengan packaging yang digunakan.

Menurut Landa (2019) merupakan keharusan bagi setiap bisnis untuk memiliki identitas merek yang berkomunikasi dengan jelas dan konsisten untuk menjadi ciri khas. Oleh karena itu berdasarkan latar situasi, masalah dan urgensinya diajukan perancangan ulang identitas visual Sate Bandeng Ibu Amenah dari Banten. Perancangan ini dapat menjadi solusi dari permasalahan dalam kurangnya fungsi identitas visual yang digunakan secara tidak konsisten serta kurangnya keunikan pada karakteristik perusahaan yang lama.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identitas visual yang sudah ada saat ini yang tidak menampilkan keunikan yang berupa kualitas dan pengolahan yang khas, serta penggunaan identitas visual yang tidak konsisten, dan data yang terkumpul dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, didapatkan bahwa masyarakat memiliki pernyataan yang sama dengan permasalahan yang ada pada Sate Bandeng Ibu Amenah. Pertanyaan perancangan adalah bagaimana perancangan ulang identitas visual dari Sate Bandeng Ibu Amenah khas Banten?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dalam “Perancangan Ulang Identitas Visual Sate Bandeng Ibu Amenah Khas Banten” sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Usia : 30 tahun sampai 40 tahun
- b. Jenis kelamin : Laki - Laki/ Perempuan
- c. SES : B - A

2. Geografis

- a. Provinsi : Banten
- b. Negara : Indonesia

3. Psikografis

- a. Masyarakat banten yang ingin membeli oleh – oleh khas banten.
- b. Orang yang suka dengan produk olahan ikan bandeng

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancang ulang identitas visual sate bandeng Ibu Amenah.

1.5 Manfaat Dari Tugas Akhir

Manfaat dari hasil tugas akhir Perancangan Ulang Identitas Visual Sate Bandeng Ibu Amenah Khas Banten adalah sebagai berikut:

1) Untuk Penulis :

Penulis dapat menerapkan dalam praktik pengetahuan dan merancang pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama masa perkuliahan. Penulis dapat mengembangkan skillnya pada *branding* untuk para pengusaha kecil (UMKM) yang berguna untuk mengembangkan bisnisnya, selain itu penulis juga dapat menggunakan Tugas Akhir ini untuk dijadikan sebagai portfolio yang bermanfaat pada dunia kerja nantinya.

2) Untuk Masyarakat :

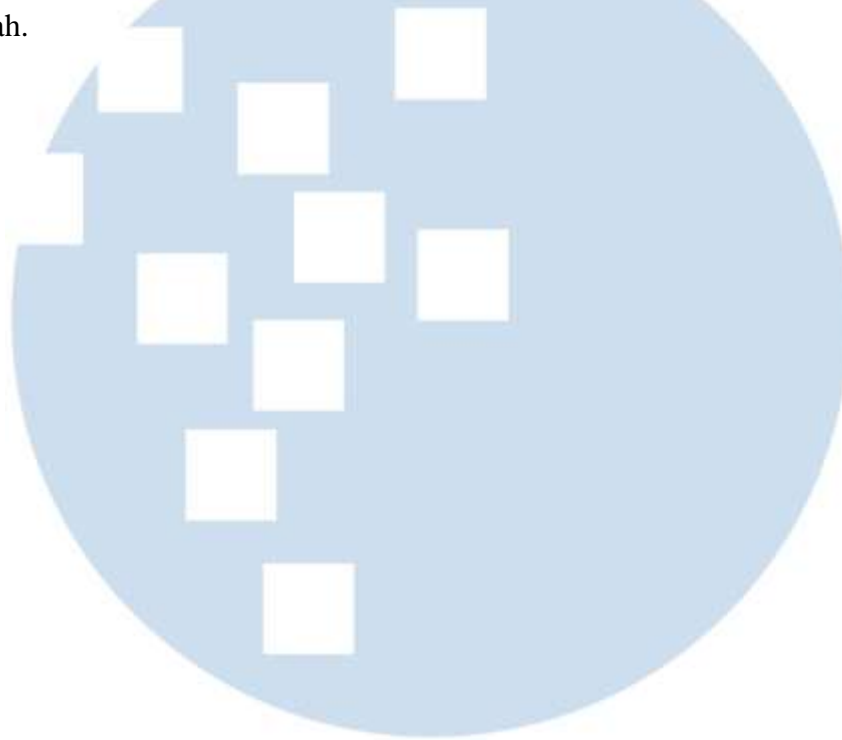
Laporan dari tugas akhir ini akan berguna sebagai sumber informasi yang layak dan menjadi pengetahuan yang berguna untuk para pembaca yang ingin tahu dan memahami betapa pentingnya identitas visual untuk pengusaha kecil, khususnya sate bandeng Ibu Amenah.

3) Untuk Universitas

Tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai sebuah sumber informasi serta referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, yang memiliki minat untuk mendapatkan informasi, mencari data, dan sedang mengerjakan tugas akhir dengan tema perancangan ulang identitas visual bagi mahasiswa tingkat akhir.

4. Untuk pemilik sate bandeng Ibu Amenah

Hasil dari perancangan ulang identitas visual dapat memberikan perkembangan yang baik terhadap perkembangan Sate Bandeng Ibu Amenah dan meningkatkan *awareness* perusahaan terhadap keberadaan Sate Bandeng Ibu Amenah.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA