

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak terjadinya pandemi Covid-19, terdapat peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya menjaga kesehatan. Menurut data dari Cargill, terdapat 91% konsumen Indonesia yang memilih konsumsi makanan sehat (Tiofani & Agmasari, 2022). Menurut survei NielsenIQ dan Grab ditemukan 70% responden rela membayar lebih untuk makanan sehat (Purnama, 2022). Salah satu solusi bagi masyarakat sibuk yaitu dengan memesan makanan sehat dari katering (Fernandito & Ritonga, 2023, hal.614).

Salah satu UMKM yang menyediakan jasa katering makanan sehat adalah Sand's Healthy Food yang telah berdiri selama 7 tahun yaitu sejak 2017. Katering ini tersedia untuk daerah BSD, Alam Sutera, Gading Serpong, Karawaci, dan sekitarnya. Seluruh menu memiliki komponen seimbang yang telah dirancang komposisinya oleh ahli gizi. Terdapat empat jenis program yaitu *healthy meal program* (menjaga berat badan); *slimming program* (menu diet); *special program* (ibu menyusui, ibu hamil, promil, dan lansia); *bulking program* (menaikkan massa otot). Makanan yang disajikan bervariasi dan diperbaharui setiap minggu sehingga tidak membuat konsumen bosan dengan harga sekitar Rp 315.000 - Rp 375.000.

Berdasarkan observasi penulis, Sand's Healthy Food belum melakukan *branding* secara maksimal padahal *branding* penting untuk dilakukan dalam upaya menciptakan *brand image* dan meningkatkan ketertarikan target konsumen (Ainun et al., 2023, hal.674). Penulis menemukan fakta bahwa logo yang digunakan belum menggambarkannya sebagai katering makanan sehat yang berkualitas. Selain itu, terdapat dua logo berbeda yang digunakan pada berbagai media sehingga tidak mencerminkan kesatuan visual yang baik dalam kaidah desain komunikasi visual yang dapat berpengaruh pada persepsi pelanggan (Kurniawan et al., 2023, hal. 235). Kedua logo Sand's Healthy Food menggunakan berbagai elemen dengan gaya

visual yang berbeda sehingga sulit untuk diingat maka tidak memenuhi kriteria sebagai identitas visual yang baik yaitu *identifiable* dan *memorable* (Landa, 2018).

Masalah-masalah pada *identitas visual* dapat mempengaruhi pandangan dari target konsumen yang berusia 20-30 tahun, SES A, tinggal di Tangerang Selatan dengan pola hidup sehat tetapi sibuk. Hal ini selaras dengan hasil yang penulis terima ketika melakukan pra-penelitian berupa wawancara dengan Silviana, selaku target konsumen yang berusia 26 tahun, tinggal di Gading Serpong, yang sedang menjalankan diet. Narasumber menyatakan bahwa identitas visualnya terkesan seperti usaha makanan rumahan yang tidak profesional. Kemudian, terdapat kompetitor lainnya yaitu Devit Oey dan Calowries yang telah memiliki *branding* dengan kesatuan visual yang baik sehingga terjadi komparasi yang dapat menurunkan citra *brand* Sand's Healthy Food.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, maka akan mengakibatkan mispersepsi bahwa Sand's Healthy Food terkesan tidak berkualitas dan tidak terpercaya. Hal ini perlu diperhatikan karena menurut Triadi & Darnita (2021), *brand image* penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan peningkatan penjualan (hal. 328). Dampak dari masalah-masalah tersebut akan mengakibatkan Sand's Healthy Food kalah bersaing dengan kompetitor lainnya. Strategi yang cocok untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah *brand rejuvenation* agar *brand image* Sand's Healthy Food meningkat yaitu dengan cara *brand repositioning* dan mengganti *brand elements* (Keller, 2020).

Selain itu, Wheeler (2018) melalui bukunya "*Designing Brand Identity*" juga menyatakan bahwa perancangan ulang identitas visual perlu dilakukan ketika suatu *brand* ingin mengkomunikasikan secara lebih baik kepada target marketnya dan agar dapat diposisikan secara setara dengan kompetitor (h.7). Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk melakukan perancangan ulang identitas visual Sand's Healthy Food. Dengan tujuan agar dapat merejuvenasikan kembali *brand* tersebut dalam upaya untuk mencerminkan dan mengkomunikasikan keunikan dan citra baru Sand's Healthy Food (memperbaiki *brand image*) ke target marketnya, yang diharapkan berdampak pada *positioning brand* ini yang dapat disejajarkan atau berkompetisi dengan kompetitornya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya. Terdapat beberapa masalah yang ditemukan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat persepsi yang salah terhadap Sand's Healthy Food yang dapat menurunkan minat pembelian konsumen dan kalah bersaing dengan kompetitor.
2. Identitas visual yang dimiliki Sand's Healthy Food tidak mencerminkan nilainya sebagai katering makanan sehat serta tidak tidak konsisten.

Sehingga penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan ulang identitas visual dari Sand's Healthy Food?

1.3 Batasan Masalah

1. Lingkup perancangan yang akan dilakukan dibatasi dengan membuat GSM (*Graphic Standard Manual*) berupa desain, sistem identitas visual, dan media kolateralnya.
2. Perancangan ini ditargetkan kepada laki-laki dan perempuan yang berusia 20-30 tahun, pendidikan minimal SMA, SES A, berdomisili di Tangerang Selatan. Target adalah pekerja yang sibuk, ingin menerapkan pola hidup sehat, yang sedang menjalankan diet ataupun yang senang berolahraga.
3. Objek perancangannya adalah identitas visual dari Sand's Healthy Food.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan penulis adalah untuk membuat perancangan ulang identitas visual Sand's Healthy Food.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya *brand identity* bagi sebuah usaha. Selain itu juga untuk memperkaya ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual yang

dapat menjadi referensi pada penelitian yang berkaitan dengan perancangan ulang identitas visual.

2. Manfaat Praktis:

Penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan acuan terkait dengan pilar DKV yaitu identifikasi serta sebagai referensi untuk mahasiswa yang ingin mengambil topik perancangan sejenis dengan penulis. Selain itu, universitas juga dapat menyimpan penelitian ini sebagai dokumen arsip yang berhubungan dengan pelaksanaan Tugas Akhir.

