

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mie Ayam Jamur merupakan salah satu makanan khas asal Indonesia. Mie ayam jamur pada proses pembuatannya yaitu direbus, ditambahi potongan daging ayam dan juga daun sawi dan dibumbui dengan cita rasa yang enak dan juga lezat. Mie ayam juga merupakan makanan yang berasal dari negara Tionghoa yang cita rasanya disesuaikan dengan lidah orang Indonesia (Fauziah, 2023, hal.1). Tepatnya di kota Depok terdapat sebuah kedai makanan yang bernama Mie Ayam Jamur Choy yang mempunyai rasa yang enak dan juga lezat. Mie Ayam Jamur Choy sendiri didirikan oleh bapak Alfi Ilyasa sebagai pemilik resmi dari Mie Ayam Jamur Choy. Restoran Mie Ayam Jamur Choy yang berlokasi di Kalimulya Depok. Mie Ayam Jamur Choy tidak hanya menyediakan Mie Ayam Jamur. Tapi juga menyediakan berbagai macam makanan lainnya seperti bakso pangsit, mie ayam pangsit, mie ayam jamur bakso, pangsit kuah bakso. Mie Ayam Jamur Choy itu sendiri juga memiliki target pelanggan yang berusia sekitar 18- 40 Tahun sebagai target premier dan juga usia 40 - 55 Tahun merupakan target sekunder (Faiza, 2022, hal.1). Serta target geografisnya adalah masyarakat di kota Depok dan sekitarnya. Hal yang ingin ditonjolkan oleh Mie Ayam Jamur Choy adalah menu Mie Ayam Jamurnya yang merupakan salah satu menu favorite yang ada di restoran tersebut.

Terdapat sebuah permasalahan lapangan pada restoran Mie Ayam Jamur Choy berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terdapat banyaknya kompetitor yang berjualan mie ayam di dekat restoran Mie Ayam Jamur Choy. Melalui hasil Observasi yang dilakukan terdapat 12 restoran Mie Ayam yang berjualan di dekat Mie Ayam Jamur Choy sehingga akhirnya berpengaruh kepada pendapatan yang dimiliki oleh Mie Ayam Jamur Choy. Kebanyakan dari orang - orang yang berkunjung ke lokasi Mie Ayam Jamur Choy sering melewati restoran dari Mie Ayam Jamur Choy dan lebih memilih ke tempat restoran mie ayam lainnya hal ini

juga di sebabkan karena Mie Ayam Jamur Choy juga tidak memiliki identitas visual yang menggambarkan ikon produknya kemudian logonya juga terlihat membingungkan serta tidak menunjukkan *value* dari sebuah restoran mie ayam jamur. Berdasarkan data di lapangan Logo Mie Ayam Jamur Choy sendiri seperti logo cafe yang mempunyai live music tidak seperti logo mie ayam jamur sehingga hal yang terbesit di benak pelanggan adalah Mie Ayam Jamur Choy adalah cafe *live music* bukan restoran Mie Ayam Jamur Serta Mie ayam Jamur Choy juga tidak mempunyai *signage* yang bisa menampilkan bahwa memang Mie Ayam Jamur Choy adalah restoran Mie Ayam Jamur. Hal ini yang mengakibatkan banyak calon pelanggan sering melewati restoran Mie Ayam Jamur Choy. Dan Pada akhirnya memilih restoran Mie Ayam yang lain. Suatu Merek perlu memiliki strategi *branding* yang tepat guna untuk mencerminkan nilai, reputasi dan juga pengalaman yang akan di tawarkan kepada pelanggan. (Darmawan, 2023) Bila identitas visual Mie Ayam Jamur Choy tidak di ubah, terdapat kemungkinan bahwa Mie Ayam Jamur Choy sebagai Mie Ayam Jamur yang enak dan lezat bisa di kalahkan oleh kompetitornya.

Oleh sebab itu penulis menyediakan solusi dengan melakukan perancangan ulang identitas visual dari Mie Ayam Jamur Choy agar logonya bisa terlihat menampilkan produk yang di jual oleh Mie Ayam Jamur Choy itu sendiri. Serta bisa menampilkan *value* dari Mie Ayam Jamur tersebut. Dengan harapan agar logonya bisa meningkatkan *brand awareness* dan tidak menimbulkan kesalahan prespsi sewaktu orang melihat logonya. Serta penulis juga akan membuat *Graphic Standard Manual* untuk Mie Ayam Jamur Choy dan yang tentunya dengan perancangan *Graphic Standard Manual* ini bisa menjadi pedoman untuk penggunaan identitas visual Mie Ayam Jamur Choy itu sendiri. Menurut Wheeler (2024) identitas visual sebuah merek adalah cara merek untuk bisa mengkomunikasikan produknya yang ingin di sampaikan kepada target pasar. Dengan adanya perancangan ini di harapkan bisa sesuai dengan target konsumen dan bisa meningkatkan *brand awareness* untuk Mie Ayam Jamur Choy.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui Latar Belakang yang sudah ada oleh karena itu penulis membuat rumusan masalah yang pada akhirnya menjadi dasar dari perancangan ulang identitas visual berikut:

1. Terdapat banyak sekali kompetitor kedai mie ayam yang berjualan di dekat kedai Mie Ayam Jamur Choy yang membuat pelanggan dari Mie Ayam Jamur Choy menjadi berkurang.
2. Identitas Visual dari Mie Ayam Jamur Choy tidak menampilkan ikon produk dan *value* dari Mie Ayam Jamur Choy sehingga membuat kebanyakan orang menjadi bingung akan kedai makanan Mie Ayam Jamur Choy.

Dengan adanya masalah tersebut akhirnya mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan sebuah perancangan menggunakan pertanyaan sebagai berikut: Bagaimana Perancangan Ulang Identitas Visual Mie Ayam Jamur Choy?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan Ulang identitas visual Mie Ayam Jamur Choy ini di peruntukan kepada Pria dan juga Wanita yang berusia 18-40 Tahun (Target Premier) 40-55 Tahun (Target Sekunder), SES B Kemudian dengan masyarakat di kota Depok yang juga berprofesi sebagai mahasiswa, Pekerja, serta bagi orang-orang yang juga menyukai Makanan Mie Ayam Jamur. Maka oleh sebab itu perancangan ini akan berfokus kepada peningkatan *Brand Awareness* Mie Ayam Jamur Choy lewat elemen identitas visualnya. Ruang lingkup dari perancangan ini juga akan di batasi dengan pedoman pembuatan untuk *Graphic Standard Manual* yang juga mencakup desain serta sistem identitas visual pada media kollateralnya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di paparkan oleh penulis di atas. Tujuan Penulis dalam tugas akhir ini adalah merancang ulang identitas visual Mie Ayam Jamur Choy. Agar identitas visualnya bisa menggambarkan ikon produk

Mie Ayam Jamur Choy. Serta perancangan *Graphic Standar Manual* yang akan menjadi pedoman dalam penggunaan identitas visual Mie Ayam Jamur Choy.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Oleh Sebab itu manfaat dari tugas akhir perancangan ulang identitas visual Mie Ayam Jamur Choy adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai usaha akan peningkatan kesadaran bahwa perancangan ulang identitas visual dari Mie Ayam Jamur Choy sangat penting. Penelitian ini juga di harapkan sebagai salah satu sumber ilmu pengetahuan dari Desain Komunikasi Visual yang juga menjadi refrensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang juga ingin mengembangkan identitas visual dari makanan lainnya. Kemudian Penelitian ini juga bisa menjadi sebuah sarana penyaluran ilmu yang di dapat sewaktu menjalani masa perkuliahan dan hal ini juga bisa di buktikan agar bisa memecahkan sebuah solusi desain.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini juga diharapkan bisa refrensi bagi dosen atau peneliti lain mengenai pilar identitas DKV khususnya dalam perancangan ulang identitas visualnya. Perancangan ini juga bisa berguna sebagai salah satu refrensi bagi mahasiswa lain yang juga tertarik melakukan perancangan identitas visual dan topik utama yaitu identitas visual mie ayam. Kemudian penelitian ini juga bisa menjadi dokumen arsip universitas terkait dengan pelaksanaan tugas akhir.