



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Restoran merupakan sebuah bisnis yang sudah sangat menjamur dewasa ini. Gaya hidup masyarakat yang semakin bergeser telah menjadikannya suatu kebiasaan untuk membeli makanan di restoran apalagi di saat weekend. Alasannya adalah karena membeli makanan di restoran dirasa lebih efisien sebagai sarana untuk refreshing sekaligus berkumpul bersama baik dengan rekan bisnis, teman, maupun keluarga. Persaingan bisnis antara restoran pun menjadi semakin sengit, banyak restoran yang bergerak di bidang yang sama terutama restoran keluarga dan restoran dengan target anak muda.

Telaga Seafood merupakan sebuah restoran seafood yang sudah berdiri sejak tahun 2003 dan berdiri pertama kali di Modernland. Sekarang, Telaga Seafood sudah memiliki empat cabang yang berada di beberapa tempat, seperti BSD City, Cikarang, dan Cibubur. Telaga seafood pada awalnya berdiri sebagai restoran keluarga dengan target kelas menengah dan tidak memfokuskan untuk kelas menengah ke atas.

Namun, seiring berjalannya tahun, Bapak Ruli (48) selaku pemilik Telaga Seafood merasa bisnis makanan keluarga dengan segmentasi sejenis sudah semakin menjamur dan membuatnya memiliki semakin banyak pesaing dan mengalami penurunan tingkat konsumen. Karena itu, restoran Telaga Seafood ingin mempersempit kompetitornya melalui pergantian konsep. Konsep tersebut juga

hendak diubah mengingat tiap kompetitor sudah memiliki konsepnya masing-masing, misalnya memiliki saung-saung, *hall*, dan lain sebagainya. Maka dari itu, restoran Telaga Seafood ingin meningkatkan fasilitasnya setelah belajar dari kompetitornya dan mengadaptasi sesuai konsepnya sendiri melalui berbagai fasilitas yang disediakan dan tidak umumnya ada di restoran keluarga, seperti ruang meeting dan presentasi, fasilitas untuk acara keluarga dan *gathering*, pesta, dan acara-acara besar lainnya. Konsep tersebut kemudian diperbaharui dengan meningkatkan pelayanan dan fasilitas sebagai fokus yang ingin diangkat, yang mana akan mempengaruhi peningkatan harga jual, dan secara otomatis akan mengganti segmentasi. Dan melalui pergantian konsep, restoran Telaga Seafood akan mengganti *brand imagenya*. Perubahan konsep yang akan dilakukan adalah perubahan dari konsep restoran keluarga menjadi *casual dining restaurant* yang nantinya akan mengedepankan fasilitas yang dimilikinya untuk kepentingan acara-acara *gathering*. Di sisi lain, melalui hasil wawancara penulis dengan pemilik restoran, visi-misi yang dimiliki oleh restoran Telaga Seafood adalah keinginan untuk terus berkembang dan memiliki banyak cabang yang mana memerlukan adanya persiapan konsep bisnis yang lebih matang sehingga bisa menyaingi kompetitor.

Maka dari itu yang diperlukan Telaga Seafood saat ini adalah adanya perbaharuan yang mana memerlukan adanya perancangan ulang identitas visual, mengingat usia restoran yang sudah sangat dewasa, bergesernya target audiens, perubahan konsep, dan bergantinya *brand image* restoran Telaga Seafood.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan ulang identitas visual restoran Telaga Seafood yang akan memperbaharui konsep dan target audiensnya ke kelas sosial yang lebih tinggi?

1.3. Batasan Masalah

Batasan Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada:

1. Geografis

- a. Kota/Kabupaten : Jabodetabek.
- b. Provinsi : Banten & Jawa Barat

2. Demografis

- a. Usia : 21 – 64 tahun
- b. Gender : Laki-laki & perempuan
- c. Kewarganegaraan : WNI
- d. Bahasa : Indonesia
- e. Pendidikan : Minimal SMA
- f. Pekerjaan : Karyawan dan Pebisnis
- g. SES : A-B
- h. Status pernikahan : Belum/sudah menikah

3. Psikografis

- a. Gaya hidup : Perkotaan, distrik bisnis
- b. Aktivitas : Bekerja kantoran, pesta, kumpul keluarga
- c. Kepribadian : Menyukai perayaan suatu event, dan memiliki
keperluan bisnis

- d. Ketertarikan : Acara kumpul bersama dan menyukai makanan seafood

4. Geodemografis

- a. Hunian: Perumahan di perkotaan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang identitas visual restoran Telaga Seafood yang telah memperbaharui konsep dan target audiensnya ke kelas sosial yang lebih tinggi.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

- Memberi pengalaman dan portfolio dalam melakukan perancangan identitas visual yang terstruktur dan berdasarkan berbagai serapan ilmu yang membuat proses kreatif lebih mendetail melalui Tugas Akhir.
- Memberi kepuasan terhadap penulis atas apa yang telah diusahakan dalam merancang Tugas Akhir.
- Memperluas pengetahuan penulis dalam merancang identitas visual, mulai dari menemukan permasalahannya hingga membuat solusinya.
- Sebagai media bagi penulis dalam mengaplikasikan Pendidikan yang telah ditempuh penulis di Universitas Multimedia Nusantara

- Dapat memenuhi pemenuhan syarat akademik penulis guna memperoleh gelar sarjana desain (S. Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bagi Orang Lain

- Dapat memberi rancangan identitas visual bagi restoran Telaga Seafood yang akan mengganti konsep restorannya
- Diharapkan pelanggan Telaga Seafood dapat merasakan ketepatan tujuan target dari Telaga Seafood melalui perancangan secara visual.
- Diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan target terhadap restoran Telaga Seafood.

3. Bagi Universitas

- Penulis mengharapkan laporan berikut dapat dijadikan sebagai referensi yang baik untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara di generasi berikutnya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA