

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Makanan-makanan di wilayah Indonesia menciptakan ciri khas yang berbeda. Budaya makanan banyak memperoleh perhatian karena ciri khas yang berbeda dan fungsinya sebagai kebutuhan pokok manusia. Namun seiring dengan perkembangan zaman, terjadi perubahan pola makan masyarakat sebagai akibat adaptasi gaya hidup yang diadopsi dari budaya barat. Contohnya seperti dalam industri *Baked Goods* (BG), produk-produk yang dijual juga banyak yang mengadopsi produk budaya barat seperti, *cinnamon rolls*, *pretzel*, *pizza* dan lain sebagainya.

*Baked goods* sendiri merupakan produk makanan yang terbuat dari berbagai bahan, dengan bahan dasar utamanya adalah tepung terigu, yang ditambahkan bahan lain seperti tepung gula, margarin, yeast, garam dan air dengan komposisi yang pas dan seimbang. Secara definisi awal, proses pemanggangan menggunakan oven. Produk baked goods seperti pastry merupakan dari produk makanan yang terdapat dalam ruang lingkup *Food & Beverages* (F&B) departemen yang berfungsi dalam pembuatan *dessert*/hidangan penutup, snack/makanan seperti kue dan roti. (Adjah Subagjo, 87:2007). Salah satu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menyediakan produk baked goods adalah Freezy Cake.

Freezy Cake adalah usaha yang didirikan oleh Friza Aldila pada awal Bulan Februari 2019 yang beralamatkan di Jalan Cempaka No.14, Komplek Paswalpres, Kota Batu, Kota Bogor, Jawa Barat. Pada awalnya usaha ini hanya menjual *cinnamon rolls*. Namun saat ini Freezy Cake sudah menyediakan produk lain seperti *brownies*, *pizza* dan *dream peachy*.

Menurut hasil wawancara Bersama Bersama Friza Aldila selaku pemilik Freezy Cake, bahwa dari awal berdirinya Freezy Cake belum mencapai target yang sudah ditentukan dikarenakan promosi yang tidak langsung terhadap pasar yang pada

awalnya stabil cenderung mengalami penurunan. Pendapatan Freezy Cake untuk saat ini. Kemudian permasalahan berikutnya adalah kurangnya promosi visual yang dipublikasikan, mengakibatkan menu-menu Freezy Cake yang dipublikasikan kepada target pasar terjadi penurunan. Padahal menu-menu makanan yang ditawarkan dengan cita rasa tinggi seharusnya dapat menarik peminat makanan siap saji yang higienis. Tidak hanya promosi yang kurang efektif, permasalahan muncul pada *brand identity* Freezy Cake, dimana Freezy Cake belum mempunyai sistem desain yang baku dan perlu adanya perancangan ulang identitas visual kembali pada Freezy Cake yang mana untuk saat ini belum menggambarkan suatu jenis usaha dan produknya sendiri. Karena kurangnya identitas visual dan media promosi yang diterapkan secara maksimal, mengakibatkan Freezy Cake sulit untuk diingat oleh konsumen. Permasalahan terakhir yang dihadapi Freezy Cake adalah banyaknya kompetitor-kompetitor dalam bidang usaha yang sama dan membuat keberadaan Freezy Cake tenggelam jika tidak diperkenalkan lebih luas kepada masyarakat dengan menggunakan identitas visual dan media promosi yang tepat.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk mengkaji ulang Freezy Cake dengan menjadikan objek penelitian dalam Tugas Akhir ini. Dari keterangan di atas, Freezy Cake membutuhkan identitas visual dan media promosi sebagai alat agar eksistensi Freeze Cake dapat terus meningkat. Tidak hanya itu, hasil yang didapat akan berguna bagi Freezy Cake di masa yang akan datang seperti pelanggan tetap dan profit yang lebih besar daripada saat ini dan dapat memecahkan masalah Freezy Cake yaitu dapat mewujudkan target sesuai keinginan Freezy Cake.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang diperoleh sebagai berikut:

1. Freezy Cake perlu visualisai *brand identity* yang tepat sehingga layak untuk lebih menarik dan dikenal oleh pelanggan.
2. Kurangnya media promosi dan media pendukung lainnya.

3. Informasi tentang produk-produk Freezy Cake masih belum terpublikasikan dengan baik kepada konsumen.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi permasalahan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi perancangan ulang identitas visual dan media promosi dari brand Freezy Cake yang dapat meningkatkan reputasi *brand image* dan *brand awareness* agar dikenal oleh masyarakat ?”.

### 1.3 Ruang Lingkup

Agar lebih fokus, terarah dan memudahkan dalam pembahasan, menghindari bahasan yang terlalu luas, maka fokus laporan ini adalah sebagai berikut:

1. *What* (Apa)

Perancangan laporan ini fokus kepada perancangan ulang identitas visual dan implementasi media promosi pada Freezy Cake.

2. *When* (Kapan)

Proses pengumpulan data dan analisis dimulai pertengahan bulan September 2020 hingga saat ini.

3. *Where* (Dimana)

Freezy *Cake*, Jalan Cempaka No.14, Komplek Paswalpres, Kota Batu, Bogor.

4. *Who* (Siapa)

Freezy *Cake* dapat dinikmati oleh remaja hingga dewasa. Dari usia 17 sampai 35 tahun. Dari kalangan mahasiswa/i, karyawan/ti hingga ibu rumah tangga.

5. *Why* (Kenapa)

Identitas visual adalah citra UMKM. Tetapi citra ini yang belum dimiliki oleh Freezy *Cake* mengakibatkan kurangnya peminat.

6. *How* (Bagaimana)

Merancang ulang identitas visual dan media promosi Freezy *Cake* dengan bertujuan meningkatkan kualitas dan kuatitas dari Freezy *Cake*.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari laporan ini adalah untuk merancang ulang identitas visual dan media promosi Freezy Cake guna meningkatkan reputasi *brand image* tersebut agar lebih dikenal dan memiliki ciri khas tersendiri.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Aspek Imaji atau Gambar**

Data dalam aspek visual berupa komposisi, tata letak, alur pembacaan, jenis huruf yang digunakan, penggambaran ilustrasi, serta karakter unsur visual lain yang terdapat dalam visualisasi. Gambar dibuat untuk tujuan tertentu, maka karya visual menyediakan dirinya untuk ditangkap pesannya dan dimaknai. Untuk menangkap dan memaknai pesan yang disampaikan gambar ada metode yang dikembangkan dari cara pengamatan visual, yakni analisis konten dan analisis visual. (Soewardikoen, 2019)

#### **2. Aspek Pembuat**

Pembuat dalam hal ini adalah produsen dan pemasar, desainer, hingga pelaksana pembuatan visualnya. Data dalam aspek ini menguraikan bagaimana karya dibuat, siapa pihak yang membuat barang, atau jasa atau ide. Untuk mendapatkan data dari pembuat dapat dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan untuk mendukungnya dapat dilakukan perekaman atau pencatatan dokumen. (Soewardikoen, 2019)

##### **a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara

langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau. (Soewardikoen, 2019)

Penulis melakukan wawancara dengan *owner* Freezy Cake, salah satu konsumen Freezy Cake, ahli dalam bidang desain, dan ahli dalam bidang industri *Food and Beverage* (F&B).

### 3. Aspek Pemirsa

Pemirsa adalah pengamat atau khalayak sasaran yang dituju oleh pembuat melalui karya visual. Data dalam aspek pemirsa menguraikan tentang bagaimana karya tersebut dilihat dan dipersepsi oleh pemirsa, dan bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penyampaian pesan melalui karya visual tersebut. Untuk menggali data dari khalayak sasaran yang berjumlah banyak dapat digunakan kuesioner dengan memilih sampel dari populasi. (Soewardikoen, 2019)

#### a. Kuesioner

Kuesioner berasal dari kata *question* atau pertanyaan atau ada pula yang menyebutnya angket. Kuesioner atau angket adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden, untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat. (Soewardikoen, 2019)

Kuisisioner berisikan beberapa pertanyaan mengenai pengetahuan masyarakat tentang UMKM Freezy Cake. Kuisisioner akan diberikan kepada masyarakat seputaran Kota Bogor dan di luar Kota Bogor.

## 1.5.2 Metode Analisis Data

### 1. Analisis Data Visual

Dalam Analisis Data Visual ini ada dua yang akan di analisa, yaitu:

a. Analisis Konten

*Content analysis* atau analisis konten merupakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui gejala atau signifikansi dari suatu rangkaian tayangan visual. (Soewardikoen, 2019).

b. Analisis Visual

Setelah melakukan Analisis Konten, selanjutnya adalah melakukan Analisis Visual. Analisis Visual adalah tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar. (Soewardikoen, 2019).

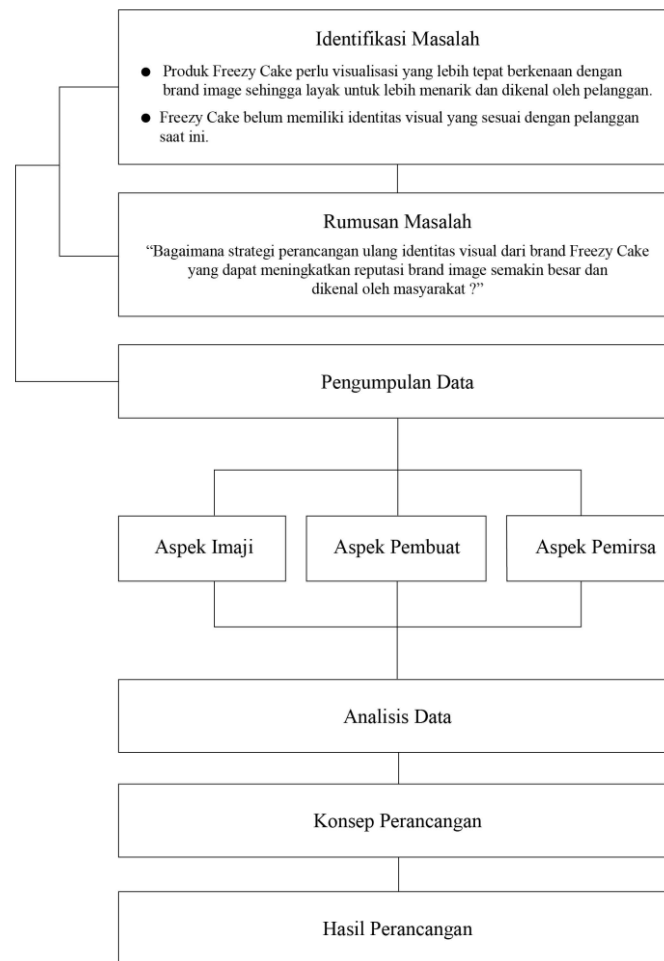
2. Analisis Data Kuesioner

Dari hasil perhitungan tiap unsur yang ditanyakan kepada responden dapat diketahui mana unsur yang signifikan tinggi dan unsur yang lemah. (Soewardikoen, 2019)

3. Analisis Matriks

Matriks berperan mengidentifikasi bentuk penyajian yang lebih seimbang, dengan cara menjajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan. Matriks sangat bermanfaat untuk menyampaikan dan membandingkan sejumlah besar informasi dalam ruang yang padat (Soewardikoen, 2019).

## 1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## 1.7 Pembabakan

### Bab 1 Pendahuluan

Dalam bab ini menjabarkan mengenai industri *Baked Goods* dan produk *baked goods* itu sendiri, latar belakang masalah *brand Freezy Cake*, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup atau batasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas, fokus pada topik yang dibicarakan, tujuan penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka perancangan, serta kerangka pemikiran laporan penelitian Freezy Cake.

## **Bab II Dasar Pemikiran**

Dalam bab ini menjelaskan landasan teori yang selaras dengan topik yang diangkat, dan dijadikan bahan acuan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi perancangan media promosi Freezy Cake.

## **Bab III Data dan Analisis Data**

Dalam bab ini memaparkan hasil dari pencarian data secara terstruktur, sistematis dan siap diuraikan, seperti: Data aspek visual dan data wawancara.

## **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Dalam bab ini menjelaskan konsep perancangan dari hasil pengumpulan untuk brand Freezy Cake serta penerapannya ke media pendukung.

## **Bab V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil perancangan karya ini.