

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Identitas visual adalah elemen penting dalam menciptakan *image* suatu merek, terutama dibidang kuliner yang saat ini banyak pesaingnya. Identitas visual mencakup berbagai komponen seperti logo, warna, tipografi, dan desain kemasan yang bertujuan untuk menghasilkan kesan yang mendalam dan konsisten di benak konsumen.

Industri kuliner, identitas visual memegang peranan penting dalam membedakan produk di tengah persaingan pasar yang ketat. Bisnis makanan dengan identitas visual yang kuat mampu menarik minat konsumen, membangun kepercayaan, serta menciptakan hubungan emosional yang baik dengan pelanggan. Dikutip dari laman www.ruangkerja.id identitas visual adalah representasi yang mencerminkan karakter sebuah bisnis, baik itu produk, merek, maupun individu, yang diwujudkan dalam bentuk elemen – elemen visual. Identitas visual digunakan untuk membangun citra merek, mempermudah konsumen dalam mengenali merek, serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Widyokusumo L. , 2014). Identitas visual dapat memberikan dampak positif bagi sebuah usaha dan menjadi aset penting dalam mendukung perkembangannya. Selain itu, identitas visual juga berfungsi sebagai alat startegis untuk bersaing ditengah ketatnya persaingan pasar. (Calvalie, 2021)

Dunia bisnis yang kompetitif, identitas visual memegang peranan krusial sebagai representasi dari karakter dan nilai suatu perusahaan. Logo sebagai elemen utama identitas visual, berfungsi tidak hanya sebagai simbol pengenalan, tetapi juga sebagai cerminan dari visi, misi, dan budaya perusahaan. Namun, seiring berjalannya waktu, sebuah bisnis mungkin menghadapi tantangan di mana logo yang dimiliki tidak lagi merepresentasikan karakter usaha atau terasa usang, sehingga tidak selaras dengan perkembangan visi bisnis yang terus berkembang. (Cindy Meylina, 2024)

Salah satu pelaku usaha kuliner di kawasan Bintaro yang telah beroperasi sejak tahun 2018 menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek yang kuat. Usaha ini mengandalkan sistem *pre-order*. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai makanan khas daerah, dengan dua menu andalan yang kini cukup populer hingga dipesan

lintas kota. Namun demikian, belum adanya identitas visual yang kuat dan konsisten dinilai menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun kepercayaan konsumen secara lebih luas. Hal inilah yang menjadi urgensi dalam penelitian dan perancangan ulang identitas visual untuk mendukung pertumbuhan usaha tersebut.

Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri kuliner, Dapoer Mang Uzel saat ini menghadapi beberapa kendala yang mempengaruhi daya tariknya di pasar. Identitas visual yang digunakan oleh Dapoer Mang Uzel saat ini masih terkesan kurang konsisten dan kurang mencerminkan karakter serta nilai-nilai unik dari brand tersebut. Logo, tipografi, dan elemen visual lainnya belum mampu menyampaikan kesan profesional dan modern yang diperlukan untuk menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda yang menjadi target pasar potensial. Selain itu, elemen visual yang kurang optimal juga dapat menyebabkan kurangnya pengenalan merek di berbagai platform pemasaran, baik online maupun offline.

Persaingan industri makanan yang sangat kompetitif, usaha-usaha kuliner yang berhasil umumnya memiliki identitas visual yang mencerminkan kualitas produk, keunikan, dan kepribadian merek. Diperlukan upaya perancangan ulang identitas visual untuk Dapoer Mang Uzel agar dapat meningkatkan citra merek, menarik lebih banyak pelanggan, serta memperkuat posisi brand di pasar. Perancangan ulang identitas visual ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis Dapoer Mang Uzel, tidak hanya dari segi estetika tetapi juga dalam menciptakan komunikasi visual yang lebih efektif dan menarik bagi konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah & Rumusan Masalah

1. Kurangnya konsistensi identitas visual dari Dapoer Mang Uzel.
2. Logo Dapoer Mang Uzel yang tidak mencerminkan nilai merek itu sendiri.
3. Kurangnya konsistensi penggunaan logo pada saat mempromosikan kepada pelanggan.
4. Kurangnya melakukan *marketing* secara berkala di media sosial.
5. Kurangnya keteraturan tata letak dan susunan unggahan pada platform instagram.

Identifikasi masalah Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan bahwa:

1. Bagaimana menyampaikan tentang nilai-nilai identitas Dapoer Mang Uzel?
2. Bagaimana merancang identitas visual Dapoer Mang Uzel yang *uniqu*, *simple*, *modern* dan konsisten pada media cetak dan digital?
3. Bagaimana merencanakan strategi media yang tepat dan efektif identitas visual Dapoer Mang Uzel?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Nilai perusahaan yang ingin disampaikan adalah citra brand yang menggambarkan makanan daerah Indonesia dengan cita rasa autentik, kehangatan layanan, serta kualitas yang terpercaya.
2. Merancang identitas visual untuk Dapoer Mang Uzel yang memenuhi kriteria *uniq*, *simple*, *modern*, dan konsisten sehingga dapat diterapkan secara efektif pada berbagai media, baik cetak maupun digital. Desain identitas visual ini bertujuan untuk menciptakan citra yang kuat, mudah dikenali, serta relevan.
3. Strategi media untuk identitas visual Dapoer Mang Uzel dirancang untuk memperkuat citra merek, meningkatkan kesadaran, dan menjangkau audiens lebih luas. Dengan media yang tepat, nilai dan keunikan merek dapat disampaikan secara efektif, menciptakan daya tarik yang relevan bagi target audiens. Pemilihan platform yang sesuai diharapkan mampu menarik perhatian konsumen dan memperkokoh posisi merek di pasar.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pentingnya brand sebagai elemen strategis dalam membangun identitas perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi branding yang efektif untuk memperkuat identitas visual dan membedakan diri dari kompetitor. Bagi desainer grafis dan pemasar, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menciptakan elemen visual yang menarik dan konsisten.

1.4.3 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi Universitas Pembangunan Jaya sebagai referensi akademik dalam mengembangkan materi perkuliahan terkait branding dan desain komunikasi visual. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dalam memahami strategi branding yang efektif serta penerapan identitas visual dalam dunia usaha.

1.4.4 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti sebagai sarana untuk memperdalam pemahaman tentang strategi branding dan identitas visual, khususnya dalam konteks diferensiasi dan penguatan citra brand.

1.4.5 Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat dengan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya identitas visual dalam membedakan produk atau layanan di pasar. Masyarakat, khususnya konsumen, dapat lebih mudah mengenali dan memahami nilai serta keunikan suatu brand, sehingga membantu mereka dalam membuat keputusan yang lebih tepat.

1.5 Sistematika Penulisan

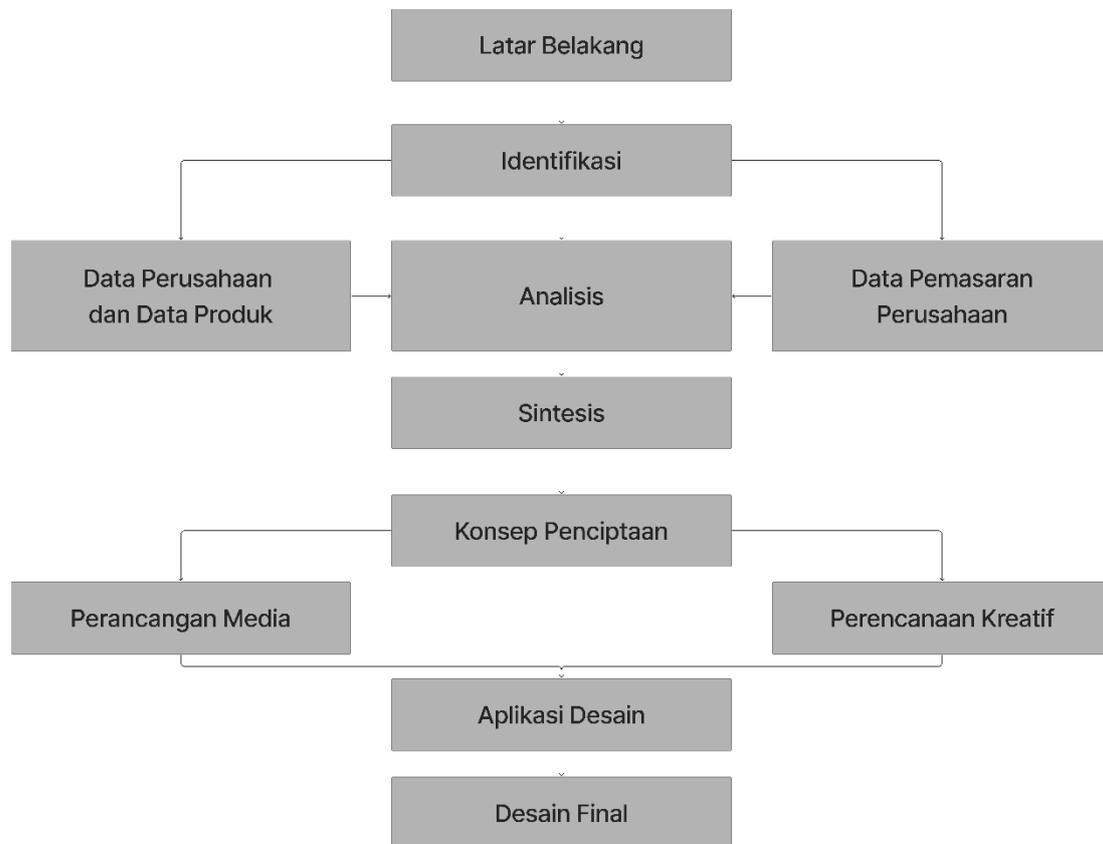


Table 1.1 Bagan Sistematika Penulisan