

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minuman yang kaya akan gizi dalam hal ini adalah susu, merupakan suatu kebutuhan primer yang sangatlah penting bagi setiap manusia. Karena tiap-tiap dari kandungan yang berada didalamnya dapat mempengaruhi dari kualitas hidup manusianya itu sendiri. Selain sebagai sumber energi tambahan untuk menjalani aktifitas setiap hari, susu juga merupakan minuman yang mengandung zat-zat yang dapat membantu tumbuh kembang sel yang berada dalam tubuh manusia. Oleh karena itu sangatlah baik apabila dikonsumsi secara rutin, terlebih lagi jika manusia tersebut dalam masa pertumbuhan. Susu pun juga terdapat beberapa jenis, tergantung dari bahan dasar yang digunakan, menyesuaikan dari berbagai hal, target pemasaran, maupun pengeluaran dan pendapatan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan.

Manusia, di dalam segala kelebihanannya tidak dapat memproduksi protein. Maka kebutuhan protein manusia harus dipenuhi melalui konsumsi makan-makanan ber-protein tinggi atau sering disebut sebagai 'sumber protein'. Susu sapi merupakan salah satu sumber protein terbaik dengan kandungan protein 3,5 % atau 7 gram protein per gelas susu (200 mL). Secara garis besar, orang dewasa memerlukan 'X' gr protein untuk setiap 'X' kg berat badan setiap hari nya. Lemak berguna sebagai

cadangan energi tubuh, hal ini menjelaskan mengapa senyawa lemak itu padat akan energi, hampir dua kali lipat dari gula / karbohidrat. Manusia membutuhkan lemak untuk dapat bertahan hidup serta untuk mendapatkan Vitamin A,D,E,K yang larut dalam lemak. Kebanyakan senyawa 'rasa' atau flavour juga larut dalam lemak.

Sapi dan kedelai adalah beberapa sumber yang sering digunakan untuk bahan pengolahan minuman kesehatan ini. Di beberapa negara mengkonsumsi susu merupakan suatu kebiasaan yang telah ditanamkan sejak kecil, karena bagus untuk membekali masa pertumbuhan dan kecerdasan anak. Hal ini dikarenakan mudahnya mendapatkan minuman yang segar dan menyehatkan ini dengan harga yang relatif terjangkau. Produksi susu sapi meningkat tiap tahunnya, dikarenakan tingginya tingkat konsumsi masyarakat di Indonesia terhadap susu yang berasal dari hewan mamalia ini. Namun dengan mudahnya mendapatkan minuman yang kaya akan kalsium ini dipasaran, masyarakat jadi kurang paham dengan menyama ratakan semua jenis dari susu itu sendiri. Sebenarnya dalam kasus ini masyarakat mesti jeli untuk lebih memilah yang mana susu dengan mutu dan kualitas yang bagus untuk dikonsumsi sehari-hari.

Macam-macam susu sebenarnya kita dapat bedakan dari proses pembuatannya seperti, *Fresh Milk* (susu Pasturisasi) Memiliki kualitas nutrisi yang terbaik di antara jenis susu lainnya karena hanya melalui proses pemanasan di bawah 90°C yang merupakan suhu yang lebih

rendah jika dibandingkan dengan pemanasan yang dilakukan pada jenis susu lain. sehingga nutrisi yang dikandung lebih banyak dari pada jenis susu lain. Dari susu ini juga dapat dibuatlah Yoghurt. Yoghurt dibuat dari 100 persen susu pasteurisasi. Bakteri-bakteri yang berada pada Yoghurt semuanya adalah bakteri probiotik yang sangat menyehatkan dan bermanfaat bagi tubuh. Kemudian ada juga susu UHT (*Ultra High Temperature*) Sesuai dengan namanya, susu UHT dipanaskan dengan temperature sangat tinggi ,yakni pada 140°C. Sehingga menyebabkan seluruh bakteri didalam susu mati, termasuk bakteri baik. Dari kedua jenis susu diatas merupakan jenis yang biasa kita temui dipasaran, sebenarnya masih ada beberapa jenis lainnya seperti, susu bubuk, susu kental manis, dan susu steril.

PT. Cisarua Mountain Dairy atau yang lebih dikenal dengan nama 'Cimory' merupakan Industri Pengolahan Susu (IPS) yang terletak di daerah pegunungan di Cisarua, Puncak. PT. Cisarua Mountain Dairy didirikan pada tahun 2006 dan merupakan salah satu anak perusahaan MACRO Group, yang bergerak di dalam bidang pangan berbasiskan empat protein alami terbaik yaitu daging (PT. Macroprima Panganutama), susu (PT. Cisarua Mountain Dairy), telur (PT. Java Egg Specialities) dan kacang kedelai (PT. Indosoya Sumber Protein). PT. Cisarua Mountain Dairy sangat peduli dengan kehidupan peternak susu di Indonesia. Dalam upaya untuk mengurangi impor susu bubuk serta menaikkan taraf hidup para peternak, PT. Cisarua Mountain Dairy menyerap susu lokal dengan

harga yang sangat baik. Artinya, semua produk yang diproduksi PT. Cisarua Mountain Dairy berbahan dasar susu segar, hasil dari bumi Indonesia. Alhasil, Media Bisnis Indonesia memberikan penghargaan 'Anugerah Produk Asli' kategori susu cair kepada PT. Cisarua Mountain Dairy pada tahun 2009

Cimory sendiri memproduksi berbagai macam produk olahan dari sapi, mulai dari yang sudah masyarakat Indonesia sendiri ketahui yaitu yoghurt. Disamping itu juga ada susu pasturasi yang kaya akan kalsium dan kesegaran nya, karena diolah dengan proses yang tepat sehingga baik kandungan protein juga bakteri baik yang terkandung tidak akan hilang. Sayangnya, kurangnya pengetahuan masyarakat akan kualitas susu terbaik untuk dikonsumsi mengakibatkan susu pasturasi masih sangatlah sedikit peminat dibandingkan jenis susu-susu lain yang beredar dipasaran.

Dalam kenyataannya, Pasteurisasi bertujuan untuk membunuh semua mikroba *pathogen* yang dapat merusak susu serta menyebabkan penyakit pada bayi. Mikroba *pathogen* yang banyak terdapat pada susu antara lain *Mycobacterium tuberculosis* penyebab penyakit tuberkulosis, *Coxiella burnetti*, penyebab penyakit Q fever, *Salmonella*, *Shigella sp.*, penyebab penyakit enterik seperti *typhoid* dan *paratyphoid*, serta *Enterobacter sakazakii* penyebab penyakit radang otak pada bayi. Pasteurisasi juga dimaksudkan untuk memperpanjang daya simpan

produk dengan cara menginaktivasi enzim yang terdapat dalam susu seperti lipase, fosfatase, peroksidase dan katalase.

Tugas Akhir ini dirancang untuk menunjukkan kepada masyarakat seberapa besar potensi yang dimiliki oleh PT. Cisarua Mountain Dairy untuk menyadarkan masyarakat dan menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi penulis untuk memperbaharui sistem *brand* PT. Cisarua Mountain Dairy agar terintegrasi dan tepat sasaran, dan melakukan perubahan secara signifikan yang dimulai dari substansi terdalam, serta menciptakan visual yang menginspirasi dan membawa pengaruh secara langsung kepada audiens secara emosional dan rasional. Hal ini dimaksudkan agar terjadi perubahan menyeluruh yang diupayakan melalui proses yang akurat serta profesional, sehingga dapat membuktikan bahwa PT. Cisarua Mountain Dairy adalah salah satu perusahaan yang selain peduli akan gizi masyarakat Indonesia, juga menginspirasi masyarakat Indonesia untuk memulai kesehariannya dengan meminum susu yang tepat.

1.2 Penegasan Makna Judul

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang dan implementasi yang ada diatas maka makna judul dari skripsi yang penulis buat adalah PERANCANGAN ULANG IDENTITAS KORPORAT SUSU CIMORY.

Dalam penegasannya makna judul yang penulis buat adalah:

- Perancangan Ulang : Proses penerapan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk

mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik.

- Identitas Korporat : Identitas Korporat sering digunakan untuk membedakan suatu produk/jasa dengan produk/jasa dari pesaing sehingga *costumer* akan dengan mudah mengidentifikasi suatu merek hanya dengan melihat sebagian dari tampilan visualnya.
- Susu Cimory : Salah satu jenis produk yang diproduksi oleh PT. Cisarua Mountain Dairy dan berasal dari sapi .

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan yang ada di atas bahwa PT. Cisarua Mountain Dairy mengalami masalah pada *Unity* (Kesatuan) pada identitas korporat beserta implementasinya di lapangan. Hal ini dapat berimbas terhadap masyarakat sebagai pihak yang mengkonsumsi.

Hal yang mungkin terjadi adalah khalayak masyarakat mempertanyakan manakah visual yang benar-benar mencirikan Cimory itu sendiri karena bermasalah pada *Unity* (Kesatuan). Susu dengan *brand*

lain yang bebas terjual dipasaran pun telah menetapkan standar desain visual (contoh: packaging botol) dapat menjadi studi banding yang memiliki kesatuan dan konsistensi pada desain ataupun penggunaan material Visual.

Berkaitan dengan Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory, penulis ingin membangun citra yang baru di mata masyarakat dengan memanfaatkan *Unity* (Kesatuan) dan konsistensi pada tiap aspek agar Susu Cimory memiliki standar yang mampu bersaing dengan produk susu sejenis.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah Bagaimana merancang *Unity* (Kesatuan) identitas korporat susu Cimory agar tidak kehilangan kualitas dan kesan secara visual sehingga masyarakat tertarik untuk melihat.

1.5 Asumsi Dasar

Berdasarkan dengan latar belakang pada Perancangan Proposal Tugas Akhir, terdapat asumsi dasar penulis sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran institusi akan pentingnya *Unity* dalam identitas visual yang dimiliki Susu Cimory (PT. Cisarua Mountain Dairy).

2. Kurangnya media promosi yang dapat melahirkan kembali Susu Cimory sebagai salah satu *brand* susu terbaik, baik dari segi kualitas dan penampilan.
3. Pemasaran yang hanya dilakukan pada *dairy shop* atau kedai yang hanya khusus menjual produk Cimory sehingga kurang memiliki daya saing terhadap produk susu sejenis.

1.6 Tujuan

Tujuan penulis membuat Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory adalah sebagai berikut:

- (1) Sebagai persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana S1 Program Studi Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul.
- (2) Dapat memberikan gambaran dan informasi terhadap masyarakat bahwa susu-susu yang terdapat dipasaran khususnya di Jakarta memiliki kualitas yang tidak sama satu dengan yang lainnya oleh karena itu Cimory hadir untuk memberikan suatu terobosan bahwa inilah susu yang benar-benar berkualitas untuk dikonsumsi.
- (3) Menjadi bahan acuan atau referensi untuk tugas selama perkuliahan pada setiap mahasiswa.
- (4) Menggunakan segala kemampuan yang didapat selama menempuh pendidikan di Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Industri Kreatif Universitas Esa Unggul dan dibentuk dalam penciptaan

tugas akhir ini, hingga nantinya karya tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya dan pada instansi pendidikan pada umumnya.

1.7 Manfaat

Penulis mengharapkan manfaat selama proses merancang ulang identitas korporat dari susu cimory, dengan harapan sebagai berikut:

1.7.1 Manfaat Bagi Institusi

Sebagai bahan acuan penulisan maupun referensi dalam berkarya untuk para mahasiswa agar dapat menjalin kerja sama yang baik dengan perusahaan.

1.7.2 Manfaat bagi perusahaan

Mendapatkan identitas korporat yang memiliki *Unity* (Kesatuan) serta dapat memiliki wawasan lebih mengenai referensi desain dalam membuat pencitraan baru perusahaan yang mengikuti standar global.

1.7.3 Manfaat bagi Masyarakat

Manfaat bagi Masyarakat adalah memberikan kesan yang baru bahwa susu Cimory memiliki *Unity* (Kesatuan) dalam visual yang mampu bersaing dengan *brand* susu sejenis, sehingga masyarakat dapat lebih tertarik untuk mengkonsumsi susu cimory.

1.8 Metode Perancangan

Pada Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory ini metode perancangan berisi paparan deskriptif mengenai langkah-langkah dalam proses perancangan. Langkah-langkah ini meliputi Metode pengumpulan data yang berisi data lapangan, data kajian literatur dan data kajian karya komunikasi visual acuan. dan terdapat juga metode analisa data yang berisi metode analisa kualitatif, analisa SWOT, sintesis. Proses tersebut tidak hanya berjalan secara runtut dan berhenti pada tahapan akhir, melainkan ada kemungkinan terjadi *feedback* pada salah satu tahapan ke tahapan lainnya. Lebih lanjut, kerangka rancangan yang digunakan dalam proses Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory diuraikan sebagai berikut:

1.8.1 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data terbagi menjadi tiga bagian berdasarkan pada bagaimana cara mendapatkan data-data yang pasti akan dibutuhkan oleh penulis dalam pembuatan karya tugas akhirnya, untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

1.8.1.1 Data Lapangan

Dalam pengambilan data lapangan terdiri atas 2 jenis data yang digunakan antara lain :

(a) Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan terhadap objek penelitian meliputi implelementasi yang tidak *Unity* (Kesatuan) di dalam susu Cimory (*Packaging*, mobiil operasional, spanduk, logo, dsb).

(b) Data Sekunder adalah teori-teori terkait dengan perancangan visual suatu *brand* susu yang mengacu pada standarisasi dan teori lainnya yang berhubungan dengan target market.

(1) Data Observasi

Metode ini bertujuan untuk mengetahui keadaan target audience atau pasar dan sangat efektif sebagai dasar untuk menentukan pilihan media atau strategi perancangan yang tepat untuk mengangkat susu Cimory. Metode observasi dapat dilakukan dengan Teknik observasi langsung yaitu pengamatan dengan terjun langsung ke tempat yang menyediakan atau menjual berbagai merk susu seperti super market atau mini market.

(2) Data Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpul data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan terhadap pihak Marketing PT. Cisarua Moutain Dairy (Ibu Anisa) secara langsung di pusat kantor informasi yang terletak di kawasan jakarta barat. Kegiatan wawancara memiliki beberapa tujuan, antara lain:

a. Memperoleh informasi dan memperkuat asumsi dasar

- b. Mendukung proses perancangan dari hasil wawancara dengan pihak terkait.

1.8.1.2 Data Kajian Literatur

Data Kajian literatur adalah data formal yang didapat atau dikeluarkan oleh sumber informasi, yang dikutip dan dimasukkan dalam suatu laporan hasil survey. Bisa berupa apa saja, artikel, buku, *website* dan lain-lain.

1. Media Cetak

Salah satu literatur yang digunakan penulis adalah buku Teori Warna oleh Damera yang mendukung perancangan terhadap keefektifan warna kepada target market (remaja-dewasa), selain itu terdapat pula Buku Tipografi oleh Surianto Rustan yang berisikan mengenai citra tipografi di mata konsumen.

. Literatur di atas belum semuanya disebutkan, karena nanti pasti akan adanya penambahan-penambahan disaat penulis mengerjakan karya tugas akhir nanti. Literatur tersebut hanya menjadi salah satu dari bagian dari patokan dalam penulisan laporan dan penciptaan tugas akhir.

2. Media Elektronik

Dalam media elektronik penulis mengacu pada Internet dan data yang diambil bersumber dari website dan e-mail dimana media elektronik tersebut sebagai pelengkap dalam memberikan informasi mengenai konten yang akan penulis buat. Beberapa di antaranya adalah

Cimory.com dan

<http://www.desainstudio.com/2013/04/mengenal-sistem-identitas-visual.html>

3. Dokumentasi

Dalam data dokumentasi karena penulis ingin merancang media promosi selain identitas korporat berupa logo, *stationery*, dsb. Maka penulis langsung mengambil beberapa foto di *Dairy Shop* atau gerai yang hanya khusus menjual produk cimory untuk menunjang proses perancangan.

Gambar 1.1
GAMBAR BOTOL SUSU



Gambar 1.2
GAMBAR LOGO DOM



1.8.1.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan

Karya acuan yang nanti akan dijadikan sebagai contoh, pembandingan, sekaligus referensi data oleh penulis adalah karya tugas akhir mahasiswa Universitas Esa Unggul, dikarenakan tugas akhir penulis adalah merancang ulang identitas korporat susu cimory. Beberapa karya acuan yang dipilih oleh penulis akan dijelaskan di paragraf berikutnya.

1. Alasan Pemilihan

Karya yang akan menjadi salah satu dari acuan penulis adalah karya tugas akhir salah satu mahasiswa Universitas Esa Unggul yang merancang ulang identitas visual Taman Buah Mekarsari. Dalam rancangan karya tersebut terdapat *Unity* (Kesatuan) yang dapat penulis contoh sebagai referensi dalam perancangan tugas akhir.

2. Keistimewaan

Yang menjadi acuan oleh penulis dari karya ini adalah penggunaan warna pada media-media tertentu dan pengaplikasian warna untuk mendapatkan *Unity* (Kesatuan). Sehingga penulis tertarik untuk mencontoh karya sebagai acuan dalam perancangan ulang identitas korporat susu cimory.

Gambar 1.3
KARYA TUGAS AKHIR "TAMAN BUAH MEKARSARI"



1.8.2 Metode Analisa Data

Metode Analisa data yang dilakukan secara Kualitatif dengan mengambil kesimpulan dari data-data observasi, wawancara, survey, pengamatan lapangan secara langsung.

1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif

Metode Kualitatif analisa ini sifatnya deskriptif, penafsiran sangat ditekankan, induktif, berkesinambungan sejak awal hingga akhir, mencari model, pola, atau tema. Nilai, etika, dan moral peneliti melekat dalam proses penelitian.

1.8.2.2 Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis pada Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory.

1. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan pada perancangan ulang identitas korporat dari susu Cimory apabila *brand* susu diluar Cimory ini mampu memiliki standarisasi dengan memiliki citra baru sebagai salah satu *brand* susu dalam negeri yang mempunyai nilai estetis dan berpengaruh terhadap banyaknya pelanggan.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan karena pada perancangan ulang identitas korporat dari susu Cimory ini mengacu pada target market yang kurang luas (ditujukan pada masyarakat menengah ke atas) mengingat beberapa aspek dari gaya hidup di Jakarta menilai bahwa harga per botol

susu yang relatif menguras kocek, menjadikan susu Cimory kurang dapat diminati untuk kalangan menengah kebawah, sehingga akan lebih efektif jika dibuatkan event terlebih dahulu untuk menarik perhatian masyarakat.

3. *Opportunities* (peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kondisi lingkungan sekitar. Peluang yang terdapat pada Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory terletak pada meningkatnya citra PT. Cisarua Mountain Dairy di mata masyarakat dan meningkatkan jumlah pelanggan yang berpengaruh pada kelangsungan serta perkembangan susu Cimory sebagai salah satu *brand* susu terbaik di Indonesia.

4. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Dalam Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory perkiraan ancaman yang akan terjadi ketika output yang dihasilkan tidak inovatif dan pihak luar atau kompetitor menghasilkan ide-ide lebih kreatif dikarenakan teknologi yang semakin berkembang di era sekarang.

1.8.2.3 Sintesis

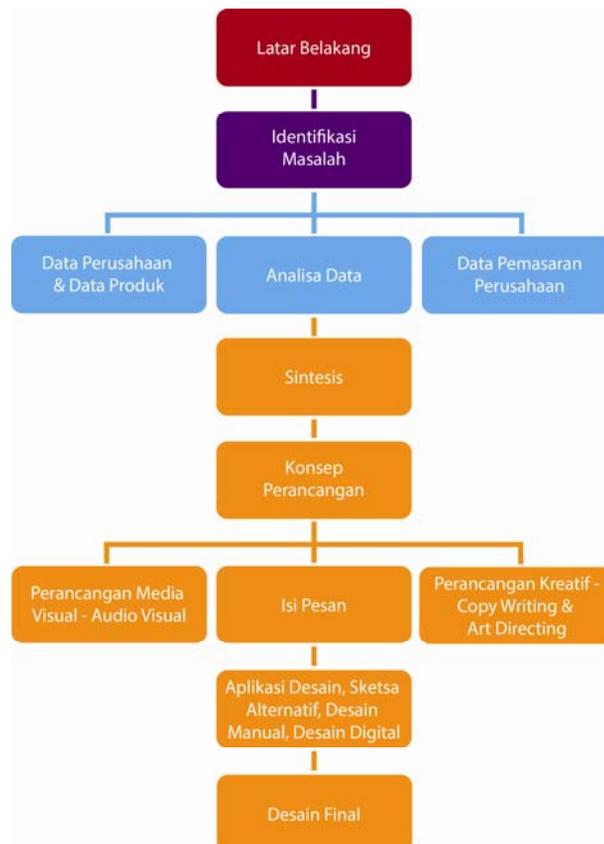
Sintesis adalah penyatuan unsur-unsur atau bagian-bagian kedalam suatu bentuk yang menyeluruh. Sintesis disini diartikan sebagai

kemampuan seseorang dalam mengaitkan dan menyatukan berbagai elemen dan unsur pengetahuan yang ada sehingga terbentuk pola baru yang lebih menyeluruh.

Menurut Sujoko Efferin, Ph.D. Bonnie soeherman, M.Ak, (2010) cara berpikir sintesis membuat seseorang dapat memahami bahwa segala sesuatu dapat lebih bermakna dengan tidak hanya melihat esensi masing-masing kategori namun juga bagaimana keterkaitan antar-kategori sehingga dapat membentuk makna yang lebih dalam tentang keberadaan masing-masing kategori yang ada dalam konteks jejaringan.

1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan

Gambar 1.4
KERANGKA PEMIKIRAN



1.10 Tempat dan Tahun Produksi

Dengan melaksanakan tugas akhir, Perancangan Ulang Identitas Korporat Susu Cimory diproduksi pada tahun 2015. Hal ini perlu dicantumkan agar nanti para pembaca akan mengetahui dan percaya bahwa hasil karya dan laporan tugas akhir ini benar-benar dibuat pada tahun 2015 oleh penulis.

1.11 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab beserta beberapa lampiran sebagai pendukung laporan tugas akhir dengan rincian sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab I membahas tentang latar belakang masalah yang akan atau sudah muncul disaat penulis membuat laporan dan karya tugas akhir. Bab I terdiri dari penegasan makna judul, batasan masalah, rumusan masalah, asumsi dasar, tujuan, dan manfaat, metode perancangan, kerangka pemikiran, tempat dan tahun produksi, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka dan Data

Bab II membahas dengan detail tinjauan pustaka dan data yang berhubungan dengan tema tugas akhir penulis. Nantinya teori dan pendapat tersebut bisa digunakan sebagai acuan dalam pembuatan

konsep atau ide pada saat proses pembuatan karya tugas akhir penulis nanti.

3. Bab III Konsep Penciptaan

Bab III berisi sebuah penjelasan menyeluruh tentang bagaimana proses pembuatan karya tugas akhir ini, mulai dari penjelasan secara lengkap tentang bagaimana nanti penulis akan membuat tugas akhir sampai akhirnya jadilah karya akhir seperti yang diharapkan oleh penulis.

4. Bab IV Aplikasi Desain

Bab IV berisi tentang aplikasi desain secara menyeluruh dari sketsa alternatif desain, sketsa desain manual dan sketsa terpilih karya yang sudah dibuat oleh penulis, seperti penjelasan tentang konsep perancangan yang digunakan dan tentunya pembahasan tentang hasil karya yang sudah dibuat oleh penulis.

5. Bab V Penutupan

Bab V adalah penutup yang dibuat penulis dari pembahasan serta penyelesaian masalah dari tema yang diangkat. Selain itu, terdapat saran yang merupakan tanggapan atau respon dari penulis berupa ide dan pemikiran.