

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengelola usaha atau bisnis memang bukan perkara yang mudah, tetapi bukan juga tergantung bakat. Banyak faktor yang mempengaruhi, seperti perubahan teknologi dan persaingan pasar yang kian ketat. Ketatnya persaingan ini semakin memaksa para pengusaha atau pebisnis untuk melakukan inovasi dan kreatifitas dalam segala bidang dalam melancarkan strategi bisnis, *advertising* dan marketing yang handal untuk memenangkan pertempuran merebut pangsa pasar ataupun mempertahankan pangsa pasar yang sudah dengan susah payah dikuasai. Mulai dari mengamati pasar, mengenali kompetitor hingga menilai potensi pasar adalah hal wajib dan penting untuk dilakukan sebelum memilih strategi mana yang akan digunakan. Tetapi dari semua hal tersebut yang paling penting dan paling sering dilupakan banyak perusahaan adalah pentingnya logo pada kemasan produk dan tidak sedikit pula perusahaan yang tidak memiliki logo untuk produk mereka. Keberadaan sebuah logo berperan penting bagi perusahaan maupun organisasi, logo bukan hanya sekedar penanda semata, logo ibarat cerminan dari perusahaan itu sendiri. Saat ini peranan simbol visual sebagai bentuk komunikasi sangatlah penting, karena mengingat keberadaannya sangat tak terbatas dalam kehidupan kita sehari-hari.

Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan yang dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk dikenali di antara perusahaan-perusahaan lainnya, karena logo merupakan perwakilan atau wajah dari suatu perusahaan untuk mendapatkan efek yang positif terhadap citra perusahaan secara keseluruhan.

Sebuah logo berarti konsep, simbol, dan elemen grafis yang merupakan fitur utama atau orientasi dasar dari satu perusahaan, situs atau produk. Hal terpenting dari sebuah logo adalah untuk membuat masyarakat mengatakan sesuatu dalam benaknya. Dengan kata lain logo adalah elemen yang memberikan umpan balik ke pelanggan potensial.

Logo harus memiliki sebuah makna, arti, dan tujuan bukan sekedar gambar tampilan yang terlihat saja, melainkan perlu mempunyai arti. Sebagus dan semenarik apapun sebuah logo, jika tidak dapat menunjukkan karakter perusahaan yang diwakilinya, maka hal tersebut tidak lebih penting dari simbol-simbol tanpa arti. Logo juga berperan penting sebagai cerminan identitas suatu perusahaan, seperti logo pada Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit yang berfungsi sebagai simbol atau lambang yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan dari pesaing dan biasanya memiliki makna khusus bagi perusahaan, dapat berupa harapan, doa dan tujuan dari perusahaan, dimana peneliti menganalisis logo baru Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit tersebut untuk dijadikan bahan pembuatan skripsi.

Logo baru Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit dibuat karena ingin lebih terlihat profesional dan mencerminkan sebagai restoran *steak* yang berkualitas, serta ingin lebih di ingat oleh konsumen.

Holycow! Steakhouse by Chef Afit merupakan restoran khusus *steak* yang berpusat di Jalan Bhakti No.15 Senopati, Jakarta Selatan. Keberadaannya merupakan solusi bagi pecinta *steak* yang ingin merasakan makanan dari daging sapi yang berkualitas namun dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan harga *steak* di restoran dan hotel mewah. Dengan konsep “*Wagyu For Everyone*”, restoran ini mendapatkan positioning yang mempertegas konsep diferensiasi dari restoran *steak* yang sudah ada. Dengan melalui sosial media *twitter* @steakholycow sudah mencapai kurang lebih 35.000 *followers*.

Restoran ini memiliki 3 promosi tetap yang unik dan berbeda dari kebanyakan restoran yang sudah ada. Pertama, Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit akan memberikan satu buah tiramissu kepada pengunjung yang melakukan “*check in*” di @steakholycow melalui media sosial *twitter*. Promosi ini disebut dengan “*Free Missu for Yoour Tweet*”. Kedua, Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit akan memberikan satu porsi *steak* wagyu secara gratis kepada pengunjung yang berulang tahun pada hari tersebut. Promosi ini disebut dengan “*Free Wagyu On Your Birthday*”. Ketiga, Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit akan memberikan minuman pertama (*first drink*) kepada pengunjung yang sedang hamil. Promosi ini disebut dengan “*Free 1st Drink For Mom-To-Be*”

Restoran yang di dominasi dengan interior berwarna merah dan putih ini menawarkan menu yang di dominasi *steak* daging sapi dan saus yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan pengunjung. Pengunjung dapat memilih menu yang

sudah disediakan dengan tingkat kematangan dari daging *steak* yang akan dipesan.



Gambar 1.1

Logo Lama dan Logo Baru Holycow! STEAKHOUSE By Chef Afrit

Pada bulan Oktober 2012 lalu Holycow mengadakan kampanye bertajuk #PEMILGO yaitu PEMILIHAN LOGO, dimana ada 4 (empat) orang Desain Grafis yang di undang Chef Afrit untuk mengikuti *project* tersebut diantaranya Pinot Ichwandardi, Glenn Marsalim, Andira Pramanta, dan Yodee Van Der Woodsen. Ke empat orang ini akan mendesain logo baru untuk *steak house* Holycow! sesuai kreativitas mereka masing-masing. Dari keempat desain yang sudah dibuat kemudian akan diberikan kepada *Carnivores* (sebutan konsumen setia Holycow!) untuk memberikan suaranya terhadap logo yang menurut

STEAKHOUSE By Chef Afit dan hingga sampai saat ini logo tersebut masih dipakai. Jika diperhatikan dengan lebih teliti, tanduk sapinya pun beda dengan yang lama, Glenn Marsalim merancangnyanya dengan dengan bentuk tanduk yang menyerupai magnet. Filosofinya adalah magnet itu menarik rezeki dan kebaikan bagi Holycow! STEAKHOUSE By Chef Afit dengan bentuk logo yang bundar menyerupai bentuk koin perlambangan rezeki yang terus menerus tidak terputus.



Gambar 1.3

Logo Baru Holycow! STEAKHOUSE By Chef Afit

Untuk pemahaman lebih detail mengenai Logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit maka peneliti akan membahas makna logo tersebut berdasarkan unsur-unsur yang terkandung seperti bentuk, warna, tipografi serta hubungan antara unsur-unsur tersebut dengan penelitian yang berjudul “Pemaknaan Logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit Dalam Pandangan Para Ahli”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini mengambil fokus pada pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit dimaknai oleh para ahli?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui makna logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit yang dimaknai oleh para ahli.
2. Tujuan penelitian ini secara akademis bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang selama ini peneliti terima dibangku perkuliahan kedalam sebuah penelitian, secara akademis ilmu mengenai semiotika ini akan terkait dengan penelitian yang diteiliti pada dasarnya mengkaji sebuah makna dibalik sebuah logo.
3. Penelitian ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi S-1 peneliti di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memperluas kajian dalam ilmu komunikasi mengenai pemaknaan logo suatu organisasi atau lembaga khususnya Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk penelitian dan memberikan sumbangan baru kepada kajian tentang Logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membantu di antara pemangku kepentingan terkait makna dari logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit.
2. Dapat bermanfaat sebagai dasar referensi dalam pembuatan logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Membahas uraian Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas uraian tentang Penelitian Sebelumnya, Teori Konstruksi Realitas, Pengertian Semiotika, Pendekatan Charles Sanders Pierce, Pengertian Logo, Elemen Dasar Logo, Bentuk, Warna, Garis, Tipografi, Jenis-jenis Logo, Operasional Konsep dan Kerangka Pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan tugas akhir, meliputi jenis penelitian, desain penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengujian reabilitas data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Membahas tentang gambaran umum perusahaan Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit, hasil penelitian, hasil analisis dan interpretasi data.

BAB V : PENUTUP

Membahas berisi kesimpulan hasil analisis penelitian dan saran yang peneliti buat.