

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari manusia membutuhkan komunikasi untuk menjalankan kegiatan atau aktivitas dalam kesehariannya. Dengan komunikasi, dapat membantu manusia untuk menyampaikan informasi atau sebuah pesan yang akan disampaikan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses pembentukan, penyampaian, menerima dan mengolah pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Pada umumnya komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi dapat berjalan dengan baik, jika pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator atau sumber kepada komunikan atau penerima pesan dapat menghasilkan suatu efek sehingga dapat terjadi *feed back* atau umpan balik.

Seiring dengan perkembangan zaman perkembangan komunikasi semakin bervariasi salah satunya komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan, informasi, gagasan kepada komunikan yang dilakukan melalui media massa, dengan berbagai tujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media massa merupakan media yang menjadi otoritas

tunggal dalam menyeleksi, memproduksi pesan dan penyampaian pesan pada masyarakat luas.

Media merupakan suatu alat atau sarana yang sering dipergunakan dalam menyampaikan sebuah pesan dari penyampaian pesan kepada khalayak atau kepada si penerima pesan. Media Massa juga cukup memiliki peran yang besar dalam membentuk pola pikir serta hubungan masyarakat diantara lingkungan sosial, yaitu dengan memberikan gambaran yang ada di lingkungan masyarakat, melalui media dan hiburan. Selain itu, media juga mempunyai peran dalam mengubah pandangan serta tatanan masyarakat. Media dapat berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, tidak hanya berupa seni dan *symbol* semata, tetapi juga pengembangan gaya hidup dan norma-norma. Media massa terdiri dari media elektronik, media *cyber* dan media cetak.

Di dalam sebuah perusahaan atau dalam membuka usaha perlu adanya sebuah media promosi. Karena dengan media promosi dapat membantu dalam memasarkan produk atau jasa ke masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui produk atau jasa yang dipasarkan.

Dewasa ini bisnis kuliner sangat mengiurkan berbagai macam kuliner tradisional yang dikemas modern telah berada di pasaran. Didesain dengan konsep yang unik sehingga lebih menarik perhatian. Sate salah satu makanan tradisional asal Indonesia. Sate merupakan makanan yang berasal dari daging sapi, kambing ataupun ayam. Yang kemudian dipotong-potong. Dimasak dengan cara dibakar dengan arang. Berbagai macam sate yang terdapat di Indonesia mencirikan dari

daerahnya misalnya saja sate Padang. Salah satu kuliner khas Minang ini cukup unik berbeda dengan sate lainnya yang biasanya menggunakan kecap atau saus kacang. Sate Padang menggunakan bumbu yang berwarna kuning kental dan rasanya sedikit pedas.

Restoran Sate Mak Syukur merupakan sate Padang yang sudah dikenal lama sejak tahun 1941 oleh bapak Syukur Sutan Rajo Endah. Sate Mak Syukur pertama kali didirikan di Padang Panjang yang merupakan asal tempat Mak Syukur tinggal. Sate Mak Syukur cukup dikenal di era 80-an. Awalnya Restoran Sate Mak Syukur ini dikelola oleh Pak Syukur dan istrinya kemudian diberikan tanggung jawab kepada anaknya yang bernama H. Rosita Syukur untuk mencoba membuka usaha di Jakarta. Pada tanggal 11 Januari 1998, pertama kali restoran Sate Mak Syukur ini didirikan di mal Pasar Raya. Usahanya ini terus berkembang dan sekarang terdapat 12 outlet di Jakarta dan Tangerang.

Akan tetapi di zaman sekarang restoran Sate Mak Syukur ini masih banyak yang belum mengetahuinya. Selain itu restoran ini juga belum memiliki media promosi dan desain pada setiap restorannya juga tidak konsisten sehingga perlu dibuat *corporate identity* pada restoran Sate Mak Syukur untuk mendapatkan citra yang baru di masyarakat dan lebih dikenal masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang dibuat penulis dari perancangan tugas akhir ini, maka rumusan masalah yang didapat adalah Bagaimana merancang *corporate identity* Restoran Sate Mak Syukur agar tidak kehilangan kualitas dan kesan secara visual sehingga masyarakat tertarik untuk melihat dan membeli produk tersebut?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang masalah yang ada di atas, maka dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah agar pengkajian masalah dalam penelitian ini dapat lebih terfokus dan terarah.

Dalam penulisan Perancangan Tugas Akhir terdapat batasan tertentu terhadap topik permasalahan yang akan diambil. Jadi batasan masalah yang penulis ambil pada Tugas Akhir ini hanya berfokus pada perancangan *corporate identity* Restoran Sate Mak Syukur dengan menampilkan keunggulannya.

1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

Maksud dan Tujuan penulis membuat Perancangan *Corporate Identity* Restoran Sate Mak Syukur adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar kesarjanaan dari Program Studi Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul.

- b. Membuat desain ulang logo dengan tujuan atau harapan logo tersebut dapat merepresentasikan produk secara layak.
- c. Dalam rangka lebih memperkenalkan restoran Sate Mak Syukur melalui media promosi.
- d. Menjadi bahan acuan atau referensi untuk tugas selama perkuliahan pada setiap mahasiswa.
- e. 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.

1.5 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:

1.5.1 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
- b. terhadap objek penelitian meliputi proses wawancara dengan ibu Hj.

- c. Rosita Syukur selaku pemilik restoran Sate Mak Syukur
- d. Data Sekunder adalah teori-teori yang terkait dengan perancangan
- e. identitas perusahaan, baik berupa teori layout, teori warna ataupun hasil-hasil penelitian yang berhubungan langsung dengan tujuan penelitian.

(1) Data Observasi

Penulis secara langsung melakukan observasi agar dapat melakukan pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian di kediaman ibu Rosita yang terletak di jalan Kalibata Tengah VXII A Komplek Pelita Air Service No.14, Jakarta. Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati. Selain observasi di kantor penulis juga melakukan observasi di outlet yang terdapat di beberapa mall di Jakarta dan Tangerang. Hal ini dilakukan untuk lebih mengetahui secara dalam mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan topik yang dibahas untuk penulis masukkan ke dalam tugas akhir ini.

(2) Data Wawancara

Data wawancara dilakukan untuk memperkuat data observasi. Karena itu penulis juga melakukan wawancara untuk mencari informasi serta memperkuat data observasi yang telah diperoleh. Narasumber yang

akan penulis wawancara adalah pemilik perusahaan dan karyawan-karyawan yang bekerja di restoran tersebut. Kegiatan wawancara memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- a. Memperoleh, menginformasikan atau memperkuat fakta.
- b. Meningkatkan kepercayaan atas informasi yang diperoleh sebelumnya.

1.5.2 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 seperti artikel, buku, website dan lain-lain.

1. Media Cetak

Salah satu literatur yang digunakan penulis adalah buku yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi Karya Wiryanto* yang menjelaskan penjelasan secara detail tentang peranan penting dari komunikasi secara singkat. Selain itu penulis juga menggunakan buku yang berjudul *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, buku yang ditulis oleh Adi Kusrianto, kemudian buku *Desain komunikasi Visual*, buku yang ditulis oleh Rakhmat supriyono ini menjelaskan secara kontekstual arti teori desain komunikasi visual, kemudian buku yang ditulis oleh Arief Adityawan S dan Tim Litbang CONCEPT yang berjudul *Tinjauan Desain Grafis*, buku yang berjudul *Nirmana karya Drs. Sadjiman Ebd*

Sanyoto, selain itu adapun buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* karya Suryanto, S.sos, M.si yang membahas semua yang berkaitan dengan komunikasi. Selain itu juga ada buku *LAYOUT* yang ditulis oleh Suriyanto Rustan, kemudian buku *Color Basic* yang ditulis oleh Anne Dameria, buku *Introduction to Mass Communication* karya Stanley J. Baran, buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* karya Drs. Elvinaro Ardianto, M.si dan Dra. Lukiati Komala Erdinaya, M.si, buku *Dasar-dasar Publisitik* karya Drs. Kertopati, buku *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia* karya Kansil. Buku *Manajemen Pemasaran* karya Philip Kotler, buku *Manajemen pemasaran Jasa* karya Prof DR. H. Buchari Alma, buku *Media Pembelajaran* karya Azhar, buku *Dasar-dasar Pelayanan Prima* karya Atep Adya Barat, buku *Copy Writing Seni Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan* karya Agus Trijato, buku *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual* karya Artini Kusmiati R, buku *What is Typography* karya David Jury, buku *Font dan Tipografi* karya Suryanto Rustan.

2. Media Elektronik

Media elektronik merupakan suatu media audio yang menyampaikan pesan lewat suara atau visual untuk menyampaikan suatu informasi pada masyarakat. Dalam hal ini media elektronik yang penulis ambil untuk digunakan pada tugas akhir ini lebih mengacu pada internet yaitu data bisa diperoleh melalui website yang terkait mengenai Serta melalui internet penulis dapat memperoleh data-data

mengenai kompetitor, serta informasi-informasi yang menunjang. Seperti halnya media cetak, penulis juga mendapatkan beberapa informasi melalui media elektronik untuk memenuhi data-data dalam penulisan tugas akhir ini melalui <http://www.satebumbuoma.com> sebagai kompetitor

1.3.5 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan

Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan merupakan sebagai data perbandingan sekaligus referensi penulis ketika pembuatan karya tugas akhir ini. Karena topik yang penulis angkat mengenai *corporate identity* restoran Sate Mak Syukur maka data kajian karya komunikasi visual acuan adalah makanan sate yang serupa beredar di pasaran.

a. Restoran Sate Khas Senayan

1. Alasan Pemilihan

Salah satu restoran sate yang penulis jadikan acuan dalam pembuatan karya tugas akhir ini adalah restoran Sate Khas Senayan. Alasan penulis memilih Restoran restoran Sate Khas Senayan ini merupakan salah satu restoran sate yang media promosinya bagus, sehingga cocok untuk dijadikan sebagai acuan karya.

2. Keistimewaan

Keunggulan yang dimiliki oleh Restoran restoran Sate Khas Senayan ini yaitu media promosi yang bagus, konsep tempat yang bagus sehingga menarik perhatian dan sudah dikenal oleh masyarakat



Gambar 1.1 DATA ACUAN RESTORAN SATE KHAS SENAYAN

Sumber: <http://www.satekhasenayan.com>, diunduh tanggal: 18-10-2015, pukul: 18.15

WIB

b. Restoran Padang Sederhana

1. Alasan pemilihan

Salah satu restoran padang yang penulis jadikan acuan yaitu restoran padang Sederhana. Menggunakan restoran padang sebagai acuan karena restoran ini sudah dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, ingin menonjolkan sisi budaya khas Minang.

2. Keistimewaan

Restoran padang Sederhana sudah dikenal banyak orang dan konsep restorannya sangat kental dengan budaya khas minangnya.

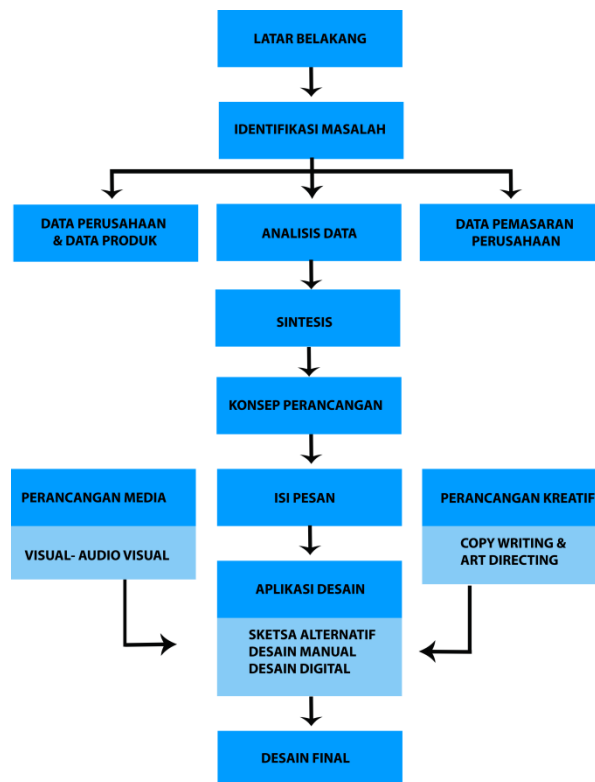


Gambar 1.2 DATA ACUAN RESTORAN PADANG SEDERHANA

Sumber: <http://dannylovetoeat.blogspot.co.id>, diunduh tanggal: 18-10-2015, pukul:18.00 WIB

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran perancangan digunakan untuk mempermudah penulis dalam memahami masalah yang ada dalam karya tugas akhir ini. Penulis melakukan pemetaan sederhana pada permasalahan yang ada dan pada akhirnya akan menghasilkan sebuah *corporate identity* Restoran Sate Mak Syukur Berikut ini adalah kerangka pemikiran.

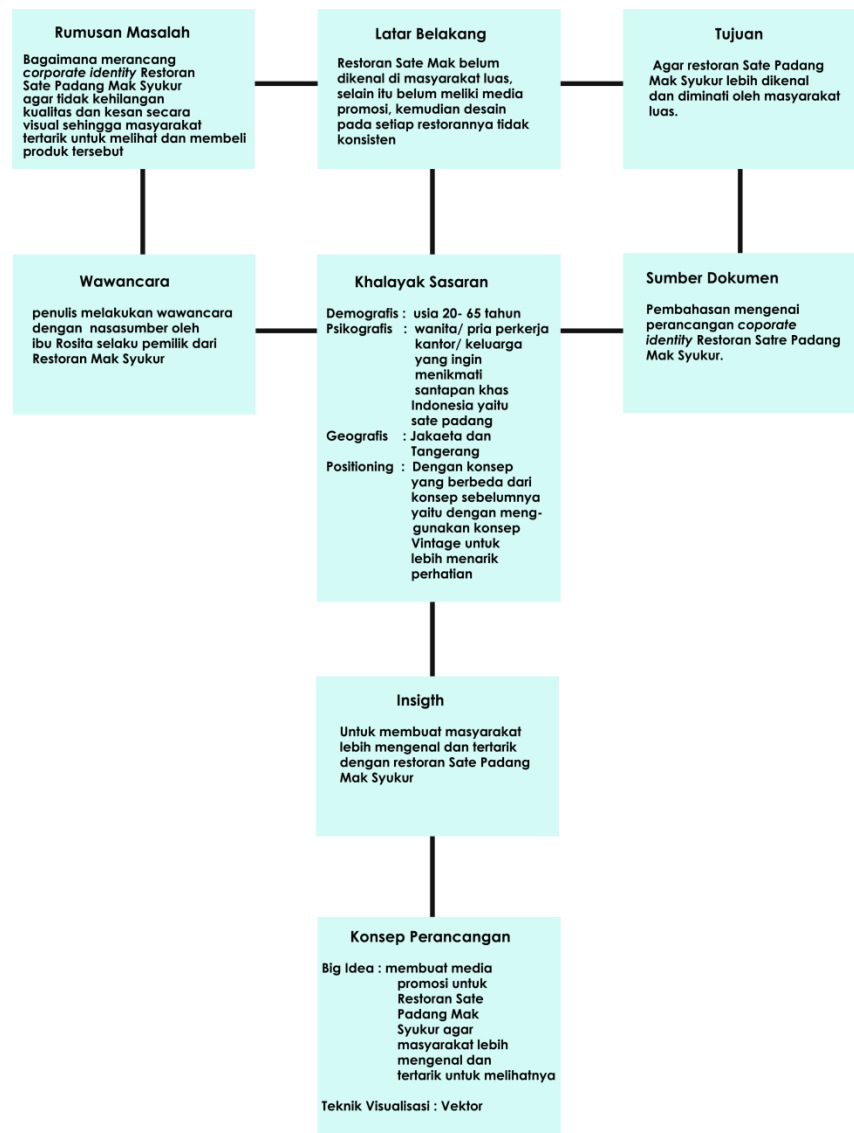


Gambar 1.3 KERANGKA PEMIKIRAN

Sumber : <http://www.blog.stikom.edu>, diunduh tanggal : 25-10-2015, pukul:17.00 WIB

1.7 Skematika Perancangan

Skematika perancangan digunakan untuk mempermudah penulis dalam memahami masalah yang ada dalam perancangan *corporate identity* restoran sate Padang Mak Syukur ini. Penulis melakukan pemetaan sederhana pada permasalahan yang ada dan pada akhirnya akan menghasilkan sebuah *corporate identity* Restoran Sate Mak Syukur. Berikut ini adalah skematika perancangan:



GAMBAR 1.4 SKEMA PERANCANGAN

Sumber : <http://library.umn.ac.id>, diunduh tanggal: 05-03-2016, pukul: 21.00WIB