

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penciptaan

Wisata Kuliner saat ini telah menjadi sebuah pilihan yang tepat bagi masyarakat kota untuk mengisi waktu luang yang dimiliki. Berbagai jenis restoran dan cafe telah hadir di kota-kota besar yang tentunya memiliki bermacam-macam konsep dan penawaran yang diberikan. Salah satunya cafe merupakan pilihan yang tepat untuk bersantai dan mengisi waktu, dengan perencanaan unsur desain grafis yang baik akan menambah santai dan dapat menikmati waktu saat berada di cafe.

Cafe adalah sebutan dari cafetaria, yang sering menyajikan makan dan minuman di luar ruangan seperti pada bagian balkon atau pinggiran tempat pejalan kaki. Umumnya menyediakan kopi dan minuman lainnya, cafe (atau yang lebih dikenal dengan sebutan kafetaria) juga menyediakan makanan ringan tetapi tidak menjadi sebuah penghasilan utamanya.

Penghasilan utamanya adalah melalui minuman. Biasanya cafe juga bisa disebut sebuah coffeehouse, tea room, lunch room, bistro atau sebuah ruangan di dalam hotel atau rumah makan dan disediakan berbagai minuman keras, tetapi disini client ingin menciptakan suatu cafe yang berbeda dimana cafe tersebut menawarkan menu utamanya yaitu jus, yang merupakan 90% kandungannya adalah sari buah.

Di Kota Bandung, cafe yang menjual jus sebagai pendapatan utamanya biasanya masih berupa stall atau masi sangat jarang. Semakin banyaknya konsumen yang mencari minuman sehat dan menyegarkan dalam era modern sekarang ini.

Cafe tersebut memakai nama Zet-zet, dimana kata Zet-zet ini merupakan pelesetan nama pemilik cafe tersebut yang bernama Jeffrey, awalnya memakai nama Jet-jet tetapi karena kurang cocok untuk sebuah nama produk yang komersil sehingga berubah menjadi Zet-zet.

Cafe ini merupakan kafe yang unik karena dapat digolongkan untuk umur kira-kira 15 - 40 tahun , pria atau wanita, kelas menengah keatas yang terdiri dari pelajar (SMP, SMU, Mahasiswa), pegawai, wiraswasta dan wisatawan, cafe ini menjual jus dan beberapa makanan ringan. Cafe ini juga dapat digunakan sebagai tempat bersantai dan kumpul bersama.

Logo adalah simbolisasi identitas yang berbentuk gambar, tulisan, warna atau kombinasi antara ketiganya. Bentuk logo dapat berupa: logotype (berasal dari huruf) dan logograph/logogram (berasal dari gambar). Fungsinya dari sisi pemasaran, untuk membangun AIDA (Attraction, Interest, Desire, Action) konsumen/khalayak. Dari sisi brand image, untuk membangun citra mindset konsumen mulai tahap Introduction, Positioning, Loyalty dan Aura. Identitas dan logo akan menghasilkan Nama atau merek.

Nama atau merek adalah janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga memberikan jaminan tambahan yaitu kualitas. Fungsi nama/ merek adalah sebagai alat pembeda suatu produk dengan pesaingnya, sebagai alat promosi, sebagai daya tarik produk, sebagai alat pembangun citra, sebagai pemberi keyakinan, jaminan kualitas, prestise dan sebagai alat pengendali pasar. Kriteria nama/ merek yang khas atau unik (mengandung diferensiasi), menggambarkan manfaat, kualitas dan servis produk, mudah dikenal dan diingat, tidak mengandung arti yang buruk/berasosiasi negatif/rancu dan dapat menyesuaikan diri (adaptable) dengan perubahan (changes).

Brand/ Profiles Identity sangat diperlukan oleh suatu usaha yang komersial, sebagai desainer komunikasi visual kitalah yang membuat suatu logo yang mencerminkan dan mewakili suatu usaha komersial tersebut. Disini saya sebagai desainer komunikasi visual akan membuat suatu corporate branding/ profile identity dari sebuah cafe yang akan digunakan oleh pengusaha yang bersangkutan. Corporate branding sangat diperlukan sekali, karena dengan memakai brand sendiri berarti perusahaan/ cafe tersebut sudah dimiliki oleh orang yang memakai brand tersebut, sehingga dengan melihat brand tersebut kita dapat mengetahui produk siapakah benda tersebut berasal, jika orang ingin membeli produk tersebut mereka langsung dapat mengetahui dimana harus mencari produk tersebut dijual dengan melihat brand/ logo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Merupakan suatu cafe jus yang akan berdiri dengan konsep unik.
- Atmosfir yang ditimbulkan oleh sebuah cafe banyak yang menyimpang, dan kurang memperhatikan konsep sehingga menyerupai restoran daripada sebuah tempat bersantai dan menghabiskan waktu.
- Pemakaian logo yang kurang cocok dengan konsep cafe itu sendiri.
- Menjamurnya cafe-cafe tanpa memakai konsep desain grafis yang menarik.
- Sangat jarang sekali di Bandung cafe yang memakai minuman jus buah sebagai main income.

1.3 Rumusan Permasalahan

1. Atmosfir apakah yang ingin ditimbulkan oleh sebuah cafe yang memakai unsur desain grafis dengan tema buah-buahan.
2. Walaupun logo dan identitasnya dapat dibuat sendiri tetapi keberadaan unsur desain grafis sangat diperlukan.
3. Untuk mechantdise dan penerapan logo sangat memerlukan keberadaan unsur desain grafis.
4. Untuk promosi dan visualisasi produk sangat memerlukan keberadaan unsur desain grafis
5. Apa yang membuat cafe ini berbeda dari yang lainnya ?
6. Visual grafis apakah yang tepat untuk memberikan konsep dan image yang cocok untuk cafe ini.

1.4 Pembatasan Masalah

- Pembatasan masalah akan dibatasi pada satu cafe saja yaitu Cafe Zet-zet, yang memakai unsur desain grafis.
- Target audience adalah pengunjung dan orang-orang yang ingin bersantai dengan minuman sehat seperti jus. Untuk lebih spesifik dibagi menjadi:
 - Target maketnya adalah antara umur 15 - 40 tahun
 - Pelajar (SMP, SMA, Mahasiswa), Pegawai, Wiraswasta, Wisatawan.
 - Tingkat Ekonomi Menengah ke atas.
- Target penjualannya untuk tahap awal adalah Kota Bandung, karena kota ini merupakan kota pariwisata yang semakin lama akan semakin berkembang.
- Unsur desain yang akan melengkapi cafe ini mencakup:
 - Branding logo dan aplikasinya.
 - Branding kemasan berikut grafis identitasnya.

- Promosi pada media.

1.5 Tujuan Penciptaan

Pembuatan branding ini bertujuan:

1. Menjadikan Zetzet juice cafe memiliki suatu branding yang baik dan unik untuk suatu cafe juice.
2. Dapat membuat suatu franchise sendiri untuk masa depan.
3. Membuat dikenal atau dicari oleh konsumen

Pembuatan branding ini untuk memberikan esensi desain grafis pada sebuah cafe yang unik, karena cafe ini menjual minuman yang terdiri dari 90% sari buah, sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang ingin menikmati waktu bersantai sekaligus mengkonsumsi minuman sari buah yang menyegarkan.

1.6 Manfaat Penciptaan

Meningkatkan potensi cafe dengan memakai branding yang baik dan menarik. Diharapkan semakin banyaknya branding yang memakai unsur grafis dengan konsep dan bentuk yang baik, tidak sekedar logo tanpa konsep. Memberikan esensi sendiri untuk sebuah cafe unik dengan unsur grafis. Membuka suatu permulaan cafe jus yang unik di Bandung.

Memberikan suatu image yang menarik bagi konsumen maupun produsennya, menjadi salah satu pilihan tempat bersantai dan mengisi waktu oleh konsumen. Dengan promosi dan visualisasi yang baik akan memberikan pengaruh baik kepada arah ekonomi dan perkembangan yang diharapkan.

Dapat membuat suatu *franchise* sendiri untuk rencana marketing ke masa depan bagi pemakai branding sebuah cafe jus yang masih sangat minim di Bandung.

1.7 Metodologi Penelitian

Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan metode-metode yang sangat membantu dalam penulisan makalah ini, yaitu:

1. Metode Analisis dimana masalah dipecahkan dan dikaji dengan cara membandingkan dan mempertentangkan 2 unsur/ gejala yang berada dalam kurun waktu tertentu.
2. Metode Eksplanasi dimana masalah dipecahkan dan dikaji dengan cara menjelaskan, mengekspos dan menguraikannya.

Teknik yang dipergunakan yaitu:

1. Observasi/ pengamatan.
2. Studi kepustakaan/ liberatur.
3. Foto visual.
4. Brain Storming/ pencarian ide dan sketsa.