

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era ini, kompetisi dan pertumbuhan dalam dunia usaha bergerak dengan cepat. Hal tersebut dipengaruhi dari beberapa faktor seperti perkembangan teknologi, jumlah pembeli yang meningkat, dst. Salah satu hal yang dapat mendukung sebuah entitas agar tidak kalah dalam kompetisi tersebut merupakan sebuah entitas yang dapat merefleksikan citra mereknya dengan akurat. Sebuah citra merek yang baik dapat memberi impresi yang kuat, dikenali dengan baik, dan dipercayai sebagai sebuah merek yang berpengalaman (Thimothy, 2016). Mie Gacoan adalah sebuah restoran yang dibangun pada era dengan kompetisi yang pesat ini. Salah satu target utama dari Mie Gacoan merupakan pelajar/mahasiswa (Agmasari, 2022). Menurut mereka, suasana nyaman, harga produk murah, dan tempat yang memiliki letak-letak untuk foto merupakan kesenangan para pelajar/mahasiswa. Pada restoran Mie Gacoan, pelanggan bisa melakukan kegiatan berkumpul atau bercengkrama di tempat dengan berbagai fasilitas yang disediakan.

Mie Gacoan dimulai pada tahun 2016 di Malang dan menjadi anak perusahaan dari PT Pesta Pora Abadi. Mereka adalah restoran yang menyediakan makanan mie sebagai produk utama, dengan tingkat kepedasan dari 0-8, ditemani dengan hidangan ringan lainnya seperti pangsit, siomay, lumpia, dsb. Mereka berada di jaringan restoran mie pedas nomor 1 di Indonesia dan terus ingin berekspansi untuk menjadi merek nomor satu secara nasional (Mie Gacoan, 2022). Perkembangan dari mereka pun terlihat, di mana pada saat ini mereka telah

membuka lebih dari 50 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Mereka memegang slogan “Mie Pedas No.1 di Indonesia”, namun tidak ada indikasi pedas baik dalam logo maupun identitas visual mereka. Maka dari itu, proyek kali ini bertujuan untuk memberi Mie Gacoan identitas visual dan logo yang dapat menggambarkan citranya secara lebih baik serta menerapkan identitas visual pada media-medianya secara lebih akurat dan konsisten.

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan analisis terhadap berbagai medium yang diiklankan oleh Mie Gacoan, dapat diidentifikasi beberapa masalah desain di dalamnya. Masalah pertama yang ditemukan merupakan tidak adanya indikasi dari ‘pedas’ pada logo maupun identitas visualnya. Hal ini merupakan sesuatu yang ironis, mengetahui bahwa slogan, produk, dan pernyataan pada *website* Mie Gacoan memiliki hubungan yang erat dengan kata ‘pedas’. Menggambarkan ‘pedas’ pada identitas visual mereka merupakan hal yang esensial guna menampilkan citra mereka dengan lebih akurat.

Masalah kedua yang dapat diidentifikasi merupakan penerapan identitas visual yang tidak koheren dan tidak konsisten pada berbagai media Mie Gacoan. Penerapan identitas visual seharusnya sama rata pada tiap bidang, agar terlihat kesatuannya meski tidak dalam medium yang sama. Hal ini tidak berhasil dieksekusi dengan baik oleh Mie Gacoan, di mana desain-desain yang digunakan terlihat berbeda pada beberapa media yang digunakan. Masalah terakhir merupakan masalah minor namun tetap memiliki signifikansi, yaitu logo Mie Gacoan yang tidak memberi kesan yang kuat pada kata ‘Mie’. ‘Mie’ yang didesain seperti ‘ME’

tidak memberikan arti yang sesuai dengan citra merek, dan juga tidak memberi kesan yang signifikan di mata penglihat.

1.2.1. Relevansi

Mie Gacoan berada dalam proses ekspansi di mana mereka ingin membangun 100 cabang pada akhir tahun 2022 (Zakawali, 2022). Saat ini, mereka memiliki lebih dari 50 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Mereka pun aktif mempromosikan diri di media sosial dan dikenal sebagai tempat yang selalu ramai akan pengunjung. Menurut Yudi Supriyanto, Mie Gacoan telah beberapa kali viral di media sosial dan mengundang ribuan pengunjung (Supriyanto, 2022). Maka dari itu, perancangan ulang identitas visual Mie Gacoan untuk memperbaiki masalah yang ada sebelumnya merupakan hal yang relevan untuk dilakukan.

1.2.2. Signifikansi

Melakukan analisis permasalahan identitas visual Mie Gacoan dapat menunjukkan adanya masalah dalam desain-desainnya dengan bukti yang kuat. Adanya perbaikan dalam isu visual yang dimiliki Mie Gacoan dapat mengembangkan kesesuaian citra dengan identitas visualnya. Salah satu contoh dari isu yang dimilikinya merupakan tidak adanya rasa dari 'pedas' dalam desainnya, mengetahui bahwa mereka menjual produk mie pedas sebagai menu utama. Oleh karena itu, perancangan ulang ini berpotensi untuk membangun desain yang sesuai dengan citra Mie Gacoan serta menciptakan sistem desain yang konsisten/koheren pada penerapan desainnya.

1.3. Rumusan Masalah

Menurut Wheeler, ada beberapa alasan mengapa sebuah entitas memerlukan sebuah perancangan ulang identitas visual. Alasan-alasan tersebut merupakan pergantian nama perusahaan, revitalisasi merek, revitalisasi identitas merek, merancang sistem yang terintegrasi, dan saat dua perusahaan atau lebih bergabung (Wheeler, 2009, 7). Dari identifikasi masalah di atas, perancangan ulang Mie Gacoan ini jatuh kepada alasan perlunya merancang sistem yang terintegrasi. Dalam alasan tersebut, ada beberapa unsur yang menyebutkan masalah dari desain pada Mie Gacoan yaitu tidak merepresentasikan citra yang konsisten kepada konsumen dan perlunya struktur merek karena kurangnya konsistensi visual. Dari permasalahan tersebut, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang identitas visual yang mencerminkan merek Mie Gacoan secara lebih akurat?
2. Bagaimana cara merancang sistem *GSM/guideline* yang baik agar penerapan desain pada tiap media Mie Gacoan konsisten dan koheren?

1.4. Tujuan Perancangan

1. Merancang identitas visual untuk Mie Gacoan yang dapat mencerminkan perusahaan secara lebih akurat.
2. Merancang GSM atau *guidelines* agar penerapan desain lebih konsisten dan koheren pada setiap bidangnya.

1.5. Batasan Masalah

Salah satu hal yang menjadi batasan dalam melakukan proyek ini merupakan pengambilan foto dari makanan dan minuman. Maka dari itu, penggunaan foto dari situs-situs web akan dipakai dalam demi menunjukkan aplikasi desain yang tepat. Selain itu, penggunaan tekstur yang didapatkan dari sumber situs *online* juga akan dipakai.

1.6. Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan memiliki manfaat yang beragam, tidak hanya menguntungkan bagi entitasnya namun juga menguntungkan pada pihak lainnya juga yaitu:

1. Perancangan dapat membuat logo dan identitas visual Mie Gacoan dapat diterima oleh masyarakat, baik secara keindahan *form* ataupun makna di dalamnya.
2. Memberikan Mie Gacoan kesempatan agar dapat menggambarkan citra mereknya secara lebih baik, yang dapat dicerna oleh pelanggannya.
3. Memberi Mie Gacoan koherensi dan konsistensi dalam penerapan identitas visual yang sewajarnya untuk perusahaan dengan massa sebesar entitas tersebut.
4. Bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dalam keilmuan desain komunikasi visual.