

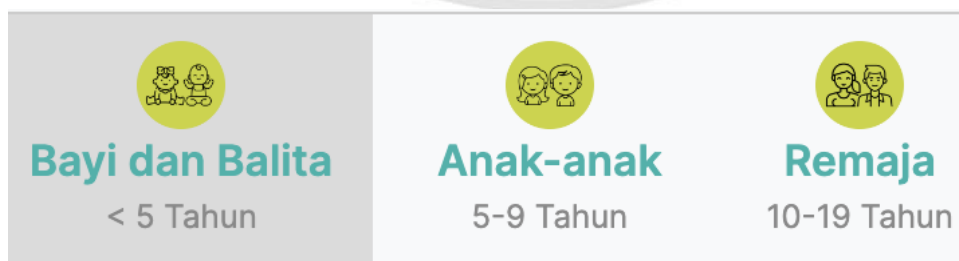
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, terdapat 71,49% wanita berperan ganda sebagai Ibu Rumah Tangga sekaligus pekerja di tahun 2017. Pada 2018, Badan Pusat Statistik mencatat adanya 56,71% wanita yang bekerja di Indonesia tepatnya di perkotaan. Alasan seorang ibu memutuskan untuk bekerja dan menjadi Ibu rumah tangga adalah karena faktor pendidikan, ekonomi, mengisi waktu kosong, sampai keinginan untuk mengembangkan bakat (Ramlan, 2021)

Berdasarkan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, jumlah anak-anak di Indonesia pada tahun 2016 adalah sebesar 32,24% atau 83.400.000 jiwa dan diprediksi mengalami peningkatan menjadi 84.032.000 jiwa di tahun 2023 ini. Pertumbuhan anak dapat digolongkan berdasarkan usianya yaitu seperti pada gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Golongan Umur Anak
(Kementerian Kesehatan, 2023)

Menurut Kementerian Kesehatan Indonesia, Kesehatan anak-anak sangat dipengaruhi oleh asupan makanan dan nutrisi yang cukup serta aktivitas fisik yang teratur. Anak-anak yang sehat ditandai dengan berat badan, tinggi badan, dan lingkaran kepala yang sesuai dengan usianya.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Vanessa selaku pendiri Sunny Meal, pentingnya nutrisi bagi anak mendorong Sunny Meal untuk membangun catering anak mulai usia 1,5 tahun dengan makanan sehat yang tidak mengandung MSG dan pengawet. Selama beberapa tahun berjalan, konsumen utama dari catering ini adalah anak-anak usia 7-10 tahun yang duduk di sekolah dasar awal. Bisnis catering anak ini telah berjalan selama 5 tahun dengan penjualan melalui media digital Instagram, Tiktok, Facebook, media komunikasi Whatsapp, penjualan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee. Begitu juga dengan menu yang disajikan Sunny Meal berupa *bento box*, makanan ringan, makanan beku, dan bumbu masak yang pas untuk anak. Tersedia jadwal makan bento harian untuk makan siang dan makan malam. Selain dari tujuan utama Sunny Meal membuat catering yang sehat, mereka juga ingin membantu para ibu agar lebih praktis dalam mempersiapkan bekal anak. Pengiriman catering Sunny Meal dapat diantar area JABODETABEK dan untuk makanan beku bisa diantar hingga luar JABODETABEK.

Untuk saat ini, Sunny Meal membutuhkan berbagai modifikasi dan penambahan visual untuk membuat sebuah identitas yang jelas sebagai catering anak Sunny Meal. Berikut adalah hal-hal yang ditemukan dari Sunny Meal sebagai panduan untuk proyek ini:

1. Identitas visual saat ini yang belum mencerminkan catering anak sehat

2. Asset desain saat ini tidak memiliki kesatuan dalam visual yang mencerminkan catering anak sehat
3. Desain yang diimplementasikan pada produk-produk Sunny Meal tidak terlihat sintaks

Pada proyek ini akan dilakukannya perancangan ulang terhadap identitas visual untuk Sunny Meal mulai dari desain logo disertai dengan aset-aset visual yang dapat mencerminkan bahwa Sunny Meal adalah catering anak yang sehat. Selain sehat, catering ini ditujukan untuk target anak usia 7-10 tahun. Selanjutnya, mengimplementasikan identitas visual tersebut pada produk-produk dan promosi media Sunny Meal agar menunjukkan satu kesatuan visual dari Sunny Meal.



Gambar 1.2 Logo Sunny Meal
(Dokumentasi Penulis, 2023)

1.2. Identifikasi Masalah

1. Desain identitas visual yang ada kurang mencerminkan catering anak yang sehat sesuai dengan visi misinya.
2. Desain identitas visual Sunny Meal tidak memiliki kesatuan dalam visualnya.
3. Desain implementasi pada Sunny Meal tidak sintaks sehingga membuat produk Sunny Meal ragu dikenali.

1.3. Rumusan Masalah

Dari permasalahan visual yang terjadi pada Sunny Meal, terdapat beberapa pertanyaan yang dapat menjadi pedoman dalam perancangan visual sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan identitas visual yang mencerminkan catering anak sesuai dengan target pasar?
2. Bagaimana merancang sebuah sistem identitas visual sehingga terlihat sebuah kesatuan sebagai identitas Sunny Meal?
3. Bagaimana mengimplementasikan visual agar konsisten antar produk Sunny Meal agar mudah dikenali bila produk berdiri sendiri?

1.4. Tujuan Perancangan

1. Perancangan identitas visual yang ada sehingga mencerminkan jasa catering anak yang sesuai dengan target pasar.
2. Perancangan sistem yang jelas sehingga memiliki kesatuan visual yang menggambarkan jasa catering anak Sunny Meal ini.
3. Perancangan implementasi desain pada media sehingga konsisten di setiap produk yang ada agar mudah dikenali bila produk berdiri sendiri.

1.5. Manfaat Perancangan (Studi Keilmuan Masyarakat)

Perancangan visual ini bermanfaat bagi kepada dua belah pihak yaitu:

1. Bagi entitas: untuk memperbaiki citra visual dengan desain yang lebih sesuai dengan target pasar sehingga dapat menarik perhatian para target pasar agar dapat meningkatkan kesadaran dari merek Sunny Meal. Hal ini juga bermanfaat agar Sunny Meal lebih terpercaya sebagai jasa catering anak Indonesia.

2. Bagi penulis: implementasi ilmu dari studi yang telah dipelajari di perkuliahan seperti pembelajaran identitas visual, logo, merancang kemasan, implementasi pada produk-produk dan bagaimana agar identitas visual merek *sustainable* dengan membuat logo lebih sederhana agar mudah terapkan pada media maupun produk-produk Sunny Meal.

