

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Restoran adalah sebuah bisnis kuliner yang semakin berkembang, dimana masyarakat membutuhkan makanan yang praktis dalam pembuatan, penyajian, dan cara mengkonsumsinya (economy.okezone.com). Dapat dikatakan bahwa bisnis kuliner tidak mengenal krisis dikarenakan makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi tiap orang di setiap harinya. Restoran saat ini memiliki peran penting di dalam gaya hidup manusia dan bahkan sudah menjadi bagian dari aktivitas sosial (Walker,2009). Munculnya banyak restoran di Indonesia saat ini tidak lagi menjadi sekedar bisnis yang hanya menjual makanan dan minuman, tetapi sudah sampai pada tahap dimana pelayanan, suasana, lingkungan, menjadi faktor penting dalam menciptakan kemitraan berbisnis dalam dunia kuliner.

Restoran dalam bahasa Perancis yaitu *restoratives*, memiliki pengertian sebagai suatu obat menyegarkan, dengan harapan dapat menjadi sebuah tempat yang dapat memberikan penyegaran kepada orang banyak (Sujatno,2011). Pernyataan ini juga selaras dengan apa yang Peck (2008) ungkapkan “*if the only thing to purchase at a restaurant were food, it would be called a grocery store*”. Jika didefinisikan, sebuah restoran tidak akan memiliki perbedaan dengan toko swalayan jika satu-satunya hal yang bisa didapatkan hanyalah makanan.



Gambar 1.1. Suasana Restoran Wang Fu Dimsum
(Sumber: [Instagram.com/wangfu.dimsum_bsd](https://www.instagram.com/wangfu.dimsum_bsd))

Wang Fu Dimsum adalah sebuah restoran berlokasi di BSD City, Tangerang Selatan yang menyajikan berbagai makanan dengan cita rasa yang baik, halal, secara khusus makanan dengan jenis “Dimsum”. Dimsum yang memiliki arti menyentuh hati dalam Bahasa Mandarin, adalah sebuah hidangan tradisional negara Cina yang terdiri dari beberapa jenis makanan dengan ukuran yang relatif kecil. Hidangan makanan dim sum di antaranya adalah seperti bakpao, pangsit goreng (*dumpling*), hakau, pangsit kukus (*gyoza*), ceker ayam (*fung zau*), dan lain-lain.

Makanan yang disajikan restoran ini juga terbuat dari bahan-bahan segar setiap harinya untuk menjaga kualitas makanan mereka. Melalui pendekatan desain interior yang unik, Wang Fu Dimsum ingin membawakan suasana baru saat makan di restoran. Hal ini menjadikan restoran ini berbeda dari restoran dimsum pada umumnya. Dinding yang dipenuhi dengan bunga menjadi konsep interior Wang Fu Dimsum yang ternyata memiliki makna dan arti tersendiri di belakangnya.

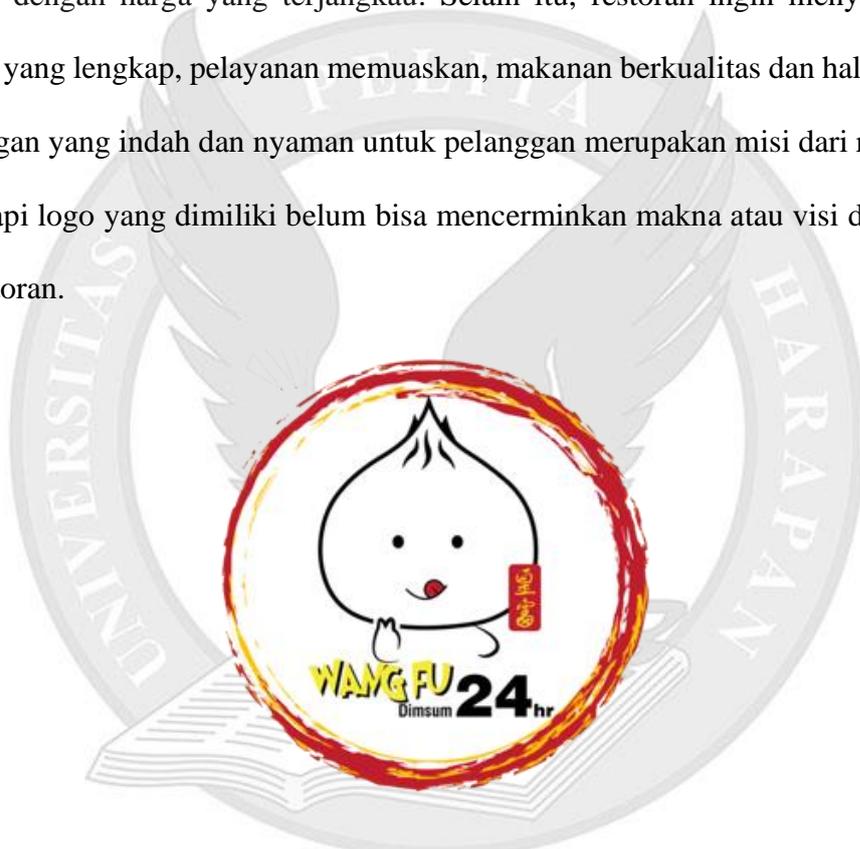
Bagi masyarakat yang hidup di kota metropolitan terkadang sulit untuk memiliki waktu luang atau disebut *quality time* yang dapat dihabiskan bersama dengan keluarga atau orang-orang terdekat. Hal ini dapat disebabkan karena padatnya jadwal dan kesibukan yang meningkat. Menurut studi dari *The Journal Health of Promotion*, untuk membangun relasi dengan keluarga maupun dengan orang-orang terdekat kita merupakan salah satu aspek yang penting dalam

kehidupan. Inilah yang mendorong Pak Vincent untuk membuka sebuah restoran dimana orang-orang tidak hanya saling berbagi dan menghabiskan waktu untuk makan bersama, melainkan bisa berbagi kasih dengan orang-orang terdekat kita seiring menikmati suasana dari restoran. Selain harga yang terjangkau, Wang Fu Dimsum juga memberikan fasilitas lengkap diantaranya seperti menyediakan Wi-Fi dan *charging station* dengan upaya memberikan kenyamanan untuk para pelanggan. Gary Chapman (1997) dalam bukunya “*The Five Love Languages*” mengatakan *quality time* berarti memberikan perhatian dan melakukan kegiatan bersama, dan dari kegiatan itulah muncul rasa kasih dan kebersamaan. Salah satu contohnya adalah seperti menghabiskan waktu bersama saat makan di restoran.

Wang Fu Dimsum telah menerima banyak masukan positif dari masyarakat karena puas akan kualitas makanan, pelayanan, fasilitas, harga terjangkau, dan interior restoran yang menarik. Namun, tujuan dan konsep restoran belum dapat diaplikasikan atau tersampaikan dengan baik. Ketidak konsisten identitas visual dari restoran membuat kurang kuatnya identitas visual serta *brand awareness* di masyarakat. Proyek perancangan ulang identitas visual Wang Fu Dimsum ini bertujuan untuk memberikan solusi dari masalah desain yang ada. Dengan merancang identitas visual yang lebih kuat, sistem desain yang baik secara konsisten, maka penulis berupaya dapat meningkatkan *brand identity* serta *brand awareness* dari restoran.

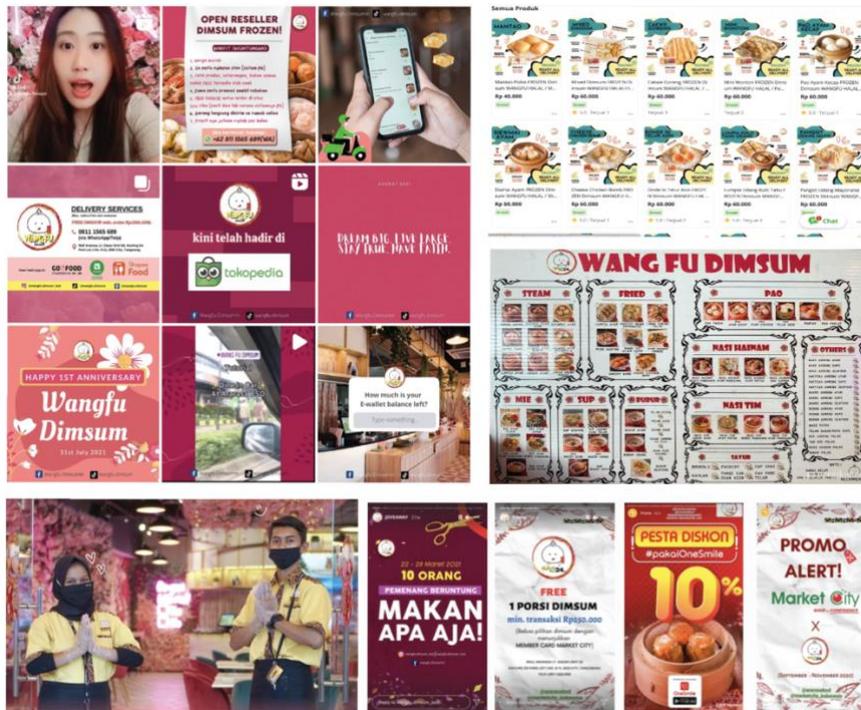
1.2. Identifikasi Masalah

Wang Fu Dimsum adalah sebuah restoran yang ingin membawa konsep baru yang unik, dimana menjadikannya restoran yang berbeda dari restoran dimsum pada umumnya. Mengingat akan pentingnya suatu *quality time*, restoran berharap para pelanggan dapat saling berbagi kasih dan menjalani waktu bersama-sama dengan orang-orang terdekat sembari menikmati makanan dan suasana indah dari restoran dengan harga yang terjangkau. Selain itu, restoran ingin menyediakan fasilitas yang lengkap, pelayanan memuaskan, makanan berkualitas dan halal, serta lingkungan yang indah dan nyaman untuk pelanggan merupakan misi dari restoran ini. Tetapi logo yang dimiliki belum bisa mencerminkan makna atau visi dan misi dari restoran.



Gambar 1.2 Logo Wang Fu Dimsum
(Sumber: Ararasa.com)

Berdasarkan observasi dan pengamatan terhadap restoran, dapat dilihat bahwa identitas visual dari Wang Fu Dimsum belum memiliki konsistensi yang baik dan kuat. Penggunaan warna yang berbeda dan desain yang tidak koheren pada logo serta pada aplikasi desain membuat identitas visual masih belum mencerminkan restoran.



Gambar 1.3 Aplikasi Desain Wang Fu Dimsum
(Sumber: Ararasa.com, Dokumentasi Pribadi)

1.3. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah yang ada, berikut adalah permasalahan yang dapat dirumuskan:

1. Bagaimana cara merancang ulang identitas visual dari Wang Fu Dimsum agar sesuai dengan visi dan misi restoran?
2. Bagaimana merancang sistem desain identitas visual yang baik untuk Wang Fu Dimsum?

1.4. Tujuan Perancangan

Perancangan ulang identitas visual Wang Fu Dimsum bertujuan untuk:

1. Menjelaskan masalah desain dari Wang Fu Dimsum sehingga akan dilakukanya solusi perancangan ulang dari identitas visual
2. Merancang ulang identitas visual supaya sesuai dengan visi dan misi dari Wang Fu Dimsum
3. Meningkatkan *brand awareness* dari Wang Fu Dimsum kepada masyarakat

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat yang diharapkan dalam perancangan ulang identitas visual ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi restoran Wang Fu Dimsum, perancangan ulang ini diharapkan dapat memiliki identitas visual yang konsisten dan koheren, serta dapat meningkatkan brand awareness kepada masyarakat
2. Bagi penulis, perancangan ulang yang dilakukan ini dapat menjadi suatu pengalaman serta pembelajaran yang dapat diterapkan pada proyek perancangan selanjutnya.
3. Bagi institusi pendidikan, perancangan ulang yang dilakukan dapat menjadi referensi studi kasus untuk mahasiswa dalam mengerjakan Proyek Akhir.