

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumsi buah dan sayuran sangat diperlukan oleh tubuh sebagai sumber vitamin dan serat. Kurangnya mengonsumsi buah dan sayuran dapat mengakibatkan berbagai dampak salah satunya turunya imunitas tubuh dan rentan terkena penyakit. Mirisnya Indonesia adalah negara agraris. Namun, kebanyakan penduduk Indonesia kurang mengonsumsi sayuran dan buah-buahan. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto (Alika, 2021). Selain hal tersebut, berdasarkan data, rata-rata penduduk Indonesia pada tahun 2020 telah mengonsumsi buah-buahan sebanyak 88,56 gram/hari, turun sebanyak 1,4 persen jika dibandingkan dengan tahun 2019. Angka konsumsi buah masyarakat Indonesia hanya sebesar 59,04 persen dari batas minimal kecukupan gizi dunia. WHO (Badan Kesehatan Dunia) menyarankan konsumsi Buah-buahan sebesar 150 gram/hari. (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2021).

Jusyou adalah *brand* lokal yang menjual minuman jus *modern*. Berlokasi di Gading serpong, dan sudah berdiri sejak september 2019. Awal berdirinya Jusyou hanya menjual minuman jus pada umumnya, seiring berjalannya waktu Jusyou selalu menambah keunikan dari varian rasa, hingga menjual minuman sehat dengan campuran buah dan sayur. Jusyou selalu memberikan kualitas terbaik pada minumannya, tidak hanya memberikan jus sehat saja. Tetapi menyediakan beberapa topping agar menjadi tren baru dalam meminum-minuman sehat.

Sampai saat ini Jusyou sudah mempunyai beberapa kategori menu, yaitu : *Healthy juice* yang terdiri dari campuran buah dan sayur, *Basic Juice* yang menggunakan buah saja, *special juice* yang terbuat dari campuran *topping*, seperti Milo, Madu, hingga aneka *jelly*. Selain itu Jusyou juga menerima campuran rasa sesuai dengan permintaan konsumen.

Tujuan didirikan usaha ini untuk membuat konsumen yang tidak menyukai sayur dan buah-buahan, setidaknya memulai mencoba kehidupan yang lebih sehat. Tetapi *image* yang ingin dibangun oleh Jusyou belum tercapai hingga saat ini. Hal tersebut dirasakan dari penjualan yang stagnan, yaitu keadaan dimana kondisi penjualan tidak menunjukkan suatu kemajuan yg berarti. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *Branding* yang tidak kuat dan tidak konsisten sehingga, pesan yang ingin dibawa tidak tersampaikan.

Dilihat dari tujuan dan keunikan Jusyou, sangat disayangkan jika tidak dapat dikenal mudah oleh konsumennya. Berdasarkan hal tersebut dibutuhkan identitas visual yang kuat, agar *image* dan tujuan Jusyou dapat dikenal mudah oleh masyarakat. Sehingga dengan perancangan ulang identitas visual, diharapkan Jusyou dapat dikenal dan pesan yang dibawa tersampaikan dengan baik. Selain itu dalam tugas akhir ini, penulis tidak hanya melakukan perancangan ulang identitas visual saja, tetapi penulis juga akan memperkuat struktur perusahaan dengan merancang *Business model canvas*, hingga perancangan *creative brief*.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian tersebut, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Identitas visual Jusyou yang tidak konsisten, dan tidak menggambarkan pesan dan tujuan Jusyou.
2. Logo Jusyou yang tidak memiliki karakteristik, sehingga sulit dikenal oleh konsumen.

1.3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang ditemukan dari identifikasi permasalahan identitas visual Jusyou secara keseluruhan tidak adanya konsistensi pada sistem identity, dari identifikasi permasalahan visual tersebut, dibuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang Identitas visual yang dapat merepresentasikan visi, misi dan tujuan yang ingin di sampaikan oleh Jusyou?
2. Bagaimana menerapkan prinsip-prinsip desain dalam perancangan identitas visual agar dapat dikomunikasikan dengan baik?

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dari proyek ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang ulang identitas visual yang dapat merepresentasikan *brand* Jusyou yang konsisten.
2. Merancang ulang logo yang dapat merepresentasikan Jusyou dan memiliki karakteristik dan dapat bersaing dengan kompetitornya.

3. Memperkuat struktur perusahaan dengan merancang *Business model canvas, business plan*.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan ini antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi entitas, dalam perancangan ulang ini diharapkan Juysou memiliki citra yang lebih baik dengan identitas visual yang sudah konsisten, serta logo yang berkarakteristik.
2. Bagi penulis, perancangan ini bermanfaat karena dapat mengaplikasikan materi perkuliahan yang didapat terhadap kasus yang nyata.

