# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Susu merupakan menu terakhir dalam empat sehat lima sempurna. Minuman yang mempunyai warna asli putih ini mempunyai kandungan nutrisi yang sangat penting bagi tubuh manusia. Dari balita hingga orang tua sebaiknya rutin meminum susu untuk menambah asupan gizi dengan kandungan nutrisi yang disesuaikan dengan usia karena setiap usia memiliki asupan gizi yang berbeda-beda.

Susu memiliki beberapa manfaat yaitu untuk anak-anak susu berfungsi untuk pertumbuhan tulang sehingga anak dapat tumbuh tinggi, untuk orang tua mempunyai fungsi untuk mencegah *osteoporosis* dan menjaga tulang agar tetap kuat. Selain itu, susu berfungsi untuk menurunkan tekanan darah, mencegah kerusakan gigi dan menjaga kesehatan mulut, menetralisir racun, mencegah kanker, mempercepat tidur karena susu merangsang *hormon melatonin* yang menyebabkan kantuk dan mempercantik kulit.

Ciko Milk adalah produk susu segar hasil proses pasteurisasi yang diproduksi oleh unit pasteurisasi BPPT Sapi Perah Cikole Lembang. Sejak 1997 BPPT Sapi Perah Cikole yang bekerja sama dengan *Japan International Cooperation Agency* (JICA) untuk

memproduksi susu pasteurisasi dengan kualitas yang baik karena untuk dijadikan sebagai produk percontohan bagi peternak sapi perah dan pelaku industri yang ingin terjun ke dunia usaha susu pasteurisasi.

Dalam perkembangannya, Ciko Milk sebagai produk percontohan dengan kapasitas produksi yang mencapai ± 5000 liter/bulan tentunya harus dapat mendistribusikan hasil produksinya, dan sampai saat ini sistem distribusi yang dilakukan sudah meliputi beberapa kota di Jawa Barat dan Jakarta, sedangkan untuk kota Bandung sendiri distribusi hanya mencapai ± 25% dari kapasitas produksi, dan sebagian besar adalah produk Ciko Milk kemasan 180ml dan untuk Ciko Milk kemasan 500 ml, konsumennya kebanyakan orang-orang Jepang yang tinggal di seputaran kota Jakarta.

Dalam meningkatkan pemasaran Ciko Milk di kota Bandung, diperlukanlah suatu sistem identitas yang baik yang dapat membangun citra positif. Identitas meliputi penampilan fisik yang menjadi simbolisasi sehingga dapat mewakili citra dari pemilik identitas. Untuk mendapatkan pencitraan yang baik bisa dilakukan dengan menunjukan identitas yang baik juga, diantaranya penampilan fisik, cara berkomunikasi, ataupun sifat dan perilakunya terhadap audience. Ciko Milk sebagai produk susu perlu mempunyai identitas yang konsisten dengan logo yang mewakilinya untuk dapat

memperluas pemasaran produk dan dapat dikenal masyarakat. Program periklanan dan hubungan terhadap masyarakat menjadi lebih efektif saat ada pencitraan yang positif pada logo, logo-logo yang kuat berfungsi sebagai media visual yang lebih sederhana untuk menyampaikan pesan perusahaan, sehingga memungkinkan konsumen untuk menerima pesan dari Ciko Milk dengan lebih mudah.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ini merupakan identifikasi masalah yang terjadi pada susu pasteurisasi, yaitu:

- Identitas Ciko Milk tidak teraplikasikan dengan baik
- Diperlukan identitas baru untuk membuat citra baru produk Ciko Milk sesuai *target audiense* yang baru
- Diperlukan suatu sistem identitas untuk menjaga konsistensi logo

## 1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan pada uraian masalah yang dikemukakan diatas, dalam upaya menjelaskan ruang lingkup permasalahan yang dihadapi, maka dikemukakan fokus permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana identitas logo Ciko Milk dalam rangka pengembangan pemasaran di kota Bandung.

## 1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan identitas ini adalah untuk meredesain logo susu pasteurisasi Ciko Milk sesuai dengan pengembangan *target audience* dan juga pengembangan jaringan distribusinya.