BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dari dunia kuliner yang semakin maju pada suatu bentuk atau jenis dari kuliner tersebut misalnya pada bentuk atau jenis dari kuliner dengan makanan berat serta makanan ringan. Apalagi mengenai makanan olahan rumahan yang telah menjadi suatu kebiasaan yang dimiliki dari setiap keluarga tanpa kecuali. Sebagai contoh adalah makanan ringan dengan jenis bolu atau kue – kue kecil lainnya yang telah dimiliki keahliannya oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Untuk membuat makanan – makanan olahan rumahan tersebut tentu membutuhkan bahan – bahan yang diharuskan supaya terbentuk jenis makanan yang diharapkan.

Puding adalah nama untuk berbagai hidangan penutup yang umumnya dibuat dari bahan-bahan yang direbus, dikukus, atau dipanggang. Istilah puding juga dipakai untuk berbagai jenis pai berisi lemak hewan, daging, atau buah-buahan yang dipanggang *(Manfred Kroger, 1992)*. Puding dengan bahan baku susu (yogurt), tepung maizena, tapioka, atau telur dihidangkan setelah didinginkan lebih dulu. Puding seperti ini rasanya manis dengan perisa coklat, karamel, vanila, atau buah-buahan. Puding agar-agar dibuat dengan mencampur agar-agar bersama susu, tepung maizena, atau telur kocok. Puding agar-agar sering dihidangkan dengan saus yang disebut vla. Tepung puding instan memudahkan orang membuat puding karena hanya perlu dicampur susu atau air panas.Berbeda dengan puding *custard* yang dimasak didasarkan pecampuran susu atau cream dan kuning telur yang disajikan untuk hidangan penutup dalam keadaan dingin. Puding *custard* ini di masak dengan cara di panggang.

Puding Agnes adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman didirikan pada bulan Februari tahun 2011 oleh Arifia Nur Fauzia. Nama Puding Agnes ini di ambil dari sebuah drama seri Jepang atau yang sering disebut “dorama”, dorama itu berjudul My Bos My Hero. Pada episode pertama, dikisahkan perjuangan seorang siswa untuk mendapatkan satu cup puding, yang hanya dijual di sekolah tersebut dengan jumlah yang terbatas. Hanya ada pada

pukul 12.00 siang, tepat dengan waktu istirahat. Digambarkan betapa nikmatnya puding tersebut hingga semua siswa satu sekolah itu berusaha keras untuk mendapatkan puding itu.

Umumnya puding saat ini hanya berbahan dasar agar-agar dengan tekstur yang keras. Berbeda jauh dengan Puding Agnes yang berjenis *custard*, yang memiliki tekstur lembut, pudding ini akan menjadi tren baru didunia puding khususnya di Bandung. Ditambah lagi dengan fenomena demam Jepang, kini beberapa remaja khususnya di Bandung sedang menggandrungi hal yang berbau Jepang, mulai dari gaya hidup, style berpakaian, bahasa, komik, anime hingga makanan khas negeri sakura, bisa diambil contoh sushi yang kini banyak dijual dan menjadi salah satu tempat nongkrong remaja di kota Bandung. Ada lagi *mie ramen* yang mulai dikreasikan dengan citarasa lidah remaja Bandung, belum lagi *takoyaki* dan *dorayaki* yang sudah lama dikenal berkat salah satu tokoh anime Jepang yang melegenda Doraemon.

Identitas Visual adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Identitas visual biasanya ditunjukan dengan sebuah logo, dari segi pemasaran identitas visual berupa logo memiliki fungsi identitas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya, kelompok dengan kelompok lainnya atau perusahaan dengan perusahan lainnya. Dari fungsi ini, logo kemudian menjadi ukuran sebuah citra, baik citra sebuah produk, perusahaan maupun organisasi.

David E Carter (seperti dikutip Kusrianto, 2007) logo seharusnya unik, memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi *(ligible),* mudah diingat *(memorable).* Serta penerapan logo pada berbagai media *apparel* masih kurang baik. Sehingga perlu adanya suatu usaha perancangan sebuah logo yang baik dan buku panduan atau *manual book* sebagai solusi untuk mengatasi masalah ini.

Puding Agnes sudah memiliki identitas untuk memasarkan produk makanan yang ditawarkan kepada masyarakat Bandung berupa logo, namun logo Puding Agnes yang sudah ada tidak mencitrakan identitas dari Puding Agnes tersebut.

Diperlukan pengenalan (sosialisasi) perusahaan pada masyarakat. Untuk itulah, sangat diperlukan sesuatu yang *modern* yang dapat mewakili citra, misi,

dan visi perusahaan tersebut. Dengan kata lain, diperlukan logo yang dapat menyiratkan visi dan misi perusahaan dengan tepat serta dapat meningkatkan citra perusahaan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka identifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Secara *visual*, logo belum dapat mewakili Visi dan Misi perusahaan
2. Tidak sesuai dengan ketentuan logo yang seharusnya
3. Perlunya perancangan ulang identitas Puding Agnes

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana agar *Visual* logo Puding Agnes dapat mewakili produk Puding Agnes ?
2. Merancang visualisasi aplikasi identitas menggunakan elemen grafis dan logo pada Puding Agnes ?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka batasan permasalahannya adalah logo Puding Agnes yang masih memiliki tingkat *Visual* yang kurang baik dan logo tidak mewakili produk dari Puding Agnes. Oleh karena itu dibutuhkan logo baru untuk menghindari kesalahan keterbacaan pada logo puding.

I.5 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan dari perancangan adalah untuk:

1. Menghasilkan logo produk yang sesuai dengan definisi logo yang sebenarnya.
2. Merancang kembali identitas visual pada setiap media dari Puding Agnes.