

3. ANALISA DAN PEMECAHAN MASALAH

3.1. Kuisisioner

Untuk mendapatkan data dan mengetahui respon dari masyarakat Surabaya dan sekitarnya mengenai keberadaan dan juga logo Suzana Bakery, maka dilakukan *survey* melalui kuisisioner kepada 50 orang responden.

Hasil dari kuisisioner ini diharapkan untuk dapat memberi masukan dalam perancangan *corporate identity* yang baru, sekaligus mendukung *re-design* yang dilakukan.

3.1.1. Hasil Survey Kuisisioner

Sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan untuk mendukung *re-design corporate identity* Suzana Bakery ini, maka analisa ini dilakukan sesuai data yang dikumpulkan setelah *survey* melalui kuisisioner. Analisa berikut ini merupakan hasil dari penyebaran kuisisioner sebanyak 50 kuisisioner kepada masyarakat yang berdomisili di Surabaya dan sekitarnya, yang berasal dari berbagai golongan, usia, pekerjaan maupun jenis kelamin.

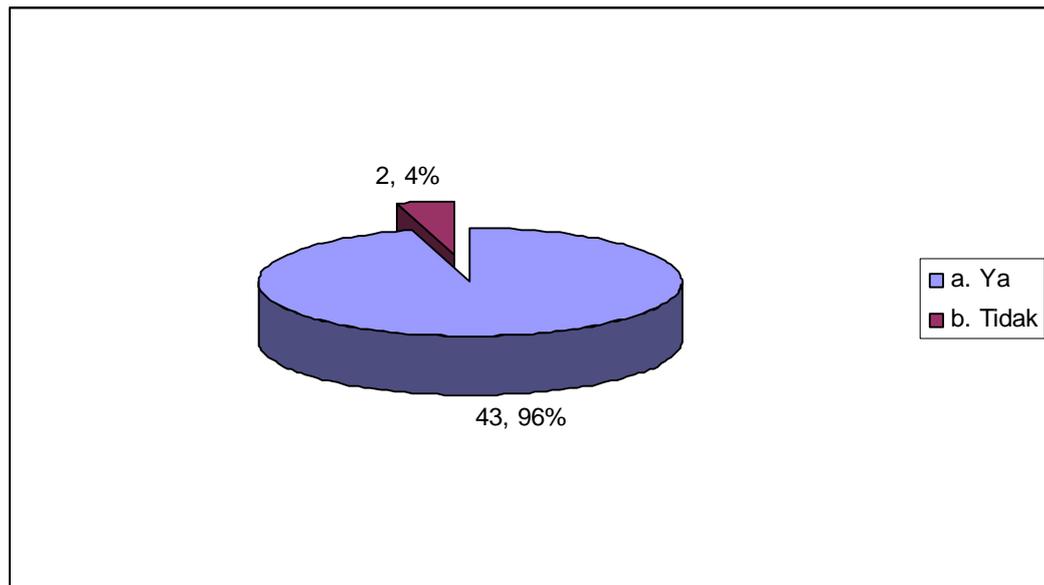
Analisa juga berasal dari tanggapan responden terhadap pertanyaan dari kuisisioner yang diajukan yang kemudian disajikan dalam bentuk diagram *pie*, dan kemudian dibuat asumsinya.

Berikut ini hasil *survey* melalui kuisisioner beserta analisisnya.

1. Apakah Anda pernah mendengar/mengetahui Suzana Bakery?

Tabel 3.1. Hasil Kuisisioner Responden yang Mengetahui Suzana Bakery

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|----------|-----------|------------|
| a. Ya | 43 | 86% |
| b. Tidak | 2 | 4% |



Gambar 3.1. Diagram *Pie* Hasil Kuisisioner Responden yang Mengetahui Suzana Bakery

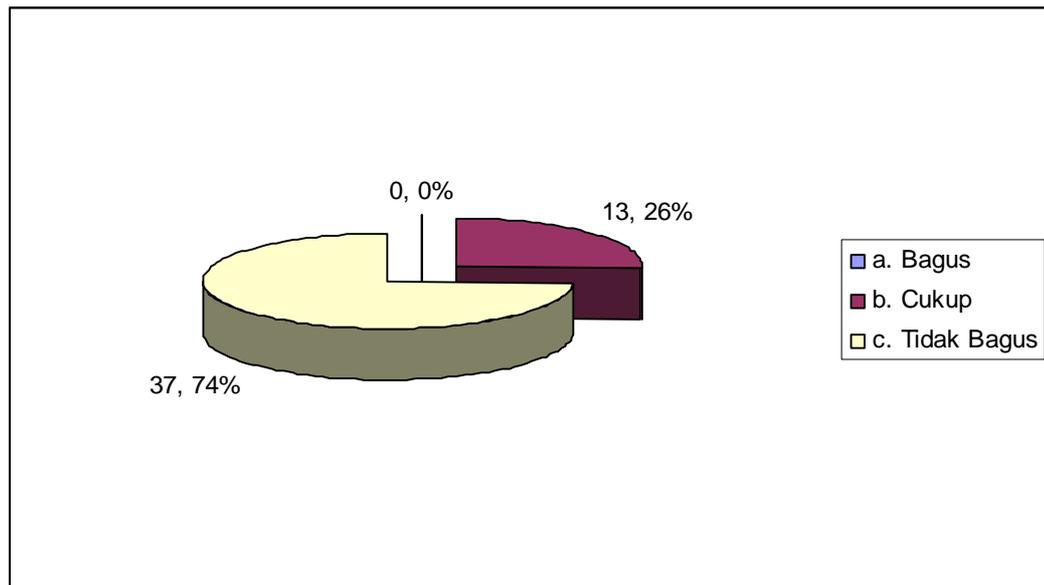
Asumsi :

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dilakukan, terbukti bahwa Suzana Bakery telah cukup dikenal di kalangan masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Sebanyak 96% responden mengetahui keberadaan Suzana Bakery.

2. Bagaimana menurut Anda tentang logo Suzana Bakery ?

Tabel 3.2. Hasil Kuisisioner Pendapat Responden Terhadap Logo Suzana Bakery

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|----------------|-----------|------------|
| a. Bagus | 0 | 0% |
| b. Cukup | 13 | 26% |
| c. Tidak Bagus | 37 | 74% |



Gambar 3.2. Diagram *Pie* Hasil Kuisisioner Pendapat Responden Terhadap Logo Suzana Bakery

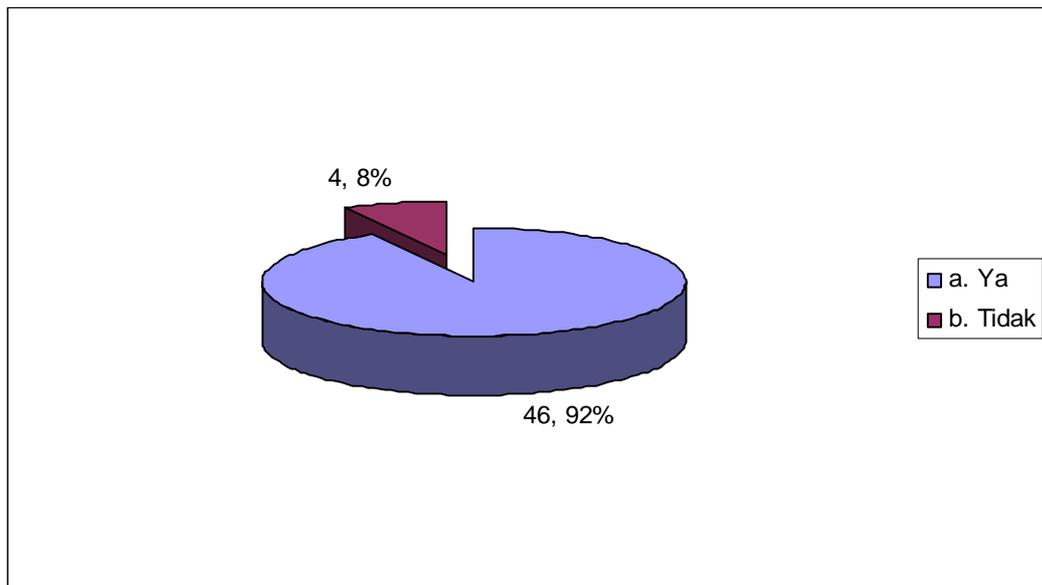
Asumsi :

Dari hasil kuisisioner, sebagian besar responden merasa bahwa logo Suzana Bakery sekarang ini tidak bagus, 13% lainnya menganggap cukup dan tidak ada yang menganggap bagus. Karenanya dapat diambil kesimpulan, logo Suzana Bakery sekarang ini secara keseluruhan dianggap kurang bagus.

3. Apakah logo Suzana Bakery perlu diganti ?

Tabel 3.3. Hasil Kuisisioner Perlu Tidaknya Pergantian Logo Suzana Bakery

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|----------|-----------|------------|
| a. Ya | 46 | 92% |
| b. Tidak | 4 | 8% |



Gambar 3.3. Diagram *Pie* Hasil Kuisisioner Perlu Tidaknya Pergantian Logo Suzana Bakery

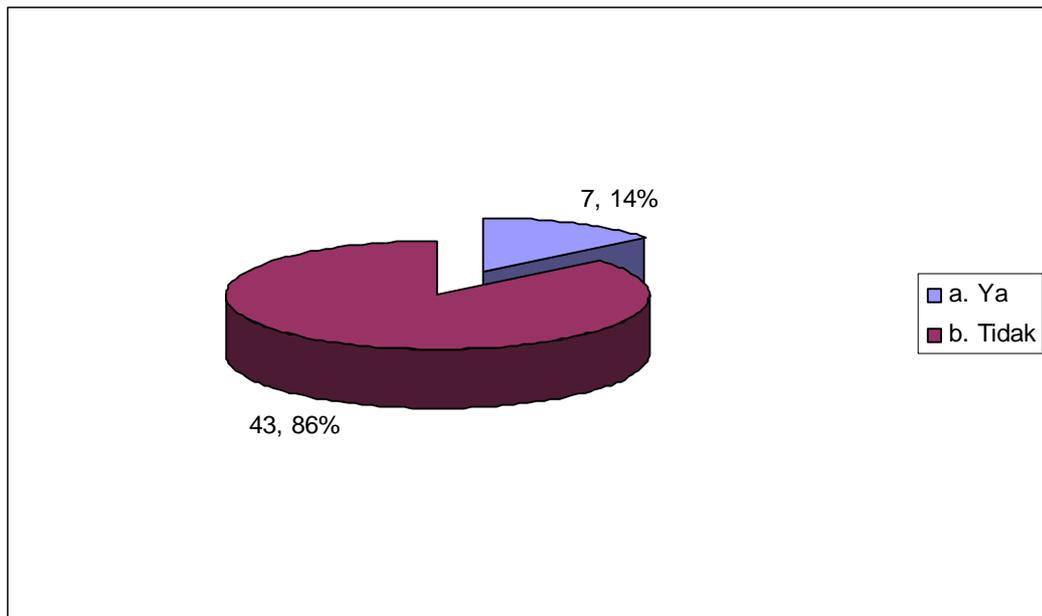
Asumsi :

Dari hasil kuisisioner didapatkan bahwa 92% responden beranggapan pergantian logo dari Suzana Bakery diperlukan, dan hanya sebagian kecil yang tidak merasa demikian. Karena itu, bisa disimpulkan, Suzana Bakery memerlukan logo yang baru.

4. Apakah logo Suzana Bakery sudah cukup mempresentasikan keberadaan sebuah toko roti ?

Tabel 3.4. Hasil Kuisisioner Sudah Tidaknya Logo Suzana Bakery Sekarang Ini Mempresentasikan Keberadaan Sebuah Toko Roti

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|----------|-----------|------------|
| a. Ya | 7 | 14% |
| b. Tidak | 43 | 86% |



Gambar 3.4. Diagram *Pie* Hasil Kuisiner Sudah Tidaknya Logo Suzana Bakery Sekarang Ini Mempresentasikan Keberadaan Sebuah Toko Roti

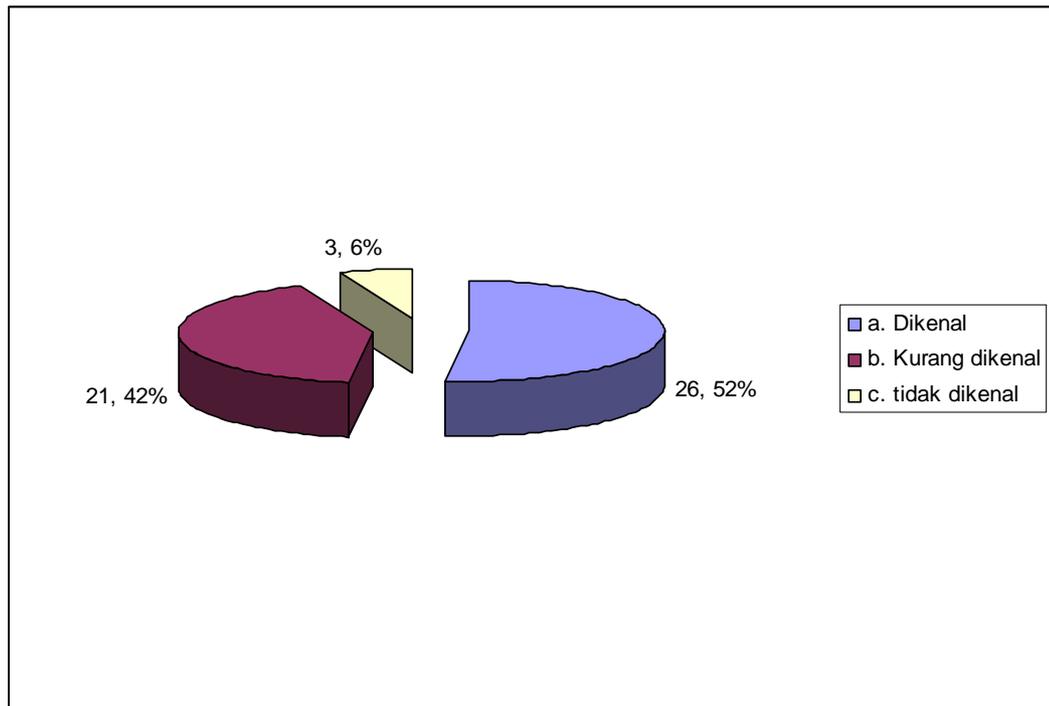
Asumsi :

Sebagian besar responden beranggapan logo Suzana Bakery yang sekarang ini tidak cukup mempresentasikan keberadaan sebuah toko roti. Karenanya dalam *re-design* logo yang baru, perlu dibuat logo yang lebih bisa mempresentasikan sebuah toko roti.

5. Bagaimana keberadaan Suzana Bakery di masyarakat menurut Anda ?

Tabel 3.5. Hasil Kuisiner Keberadaan Suzana Bakery di Mata Masyarakat

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|-------------------|-----------|------------|
| a. Dikenal | 26 | 52% |
| b. Kurang dikenal | 21 | 42% |
| c. tidak dikenal | 3 | 6% |



Gambar 3.5. Diagram *Pie* Hasil Kuisisioner Keberadaan Suzana Bakery di Mata Masyarakat

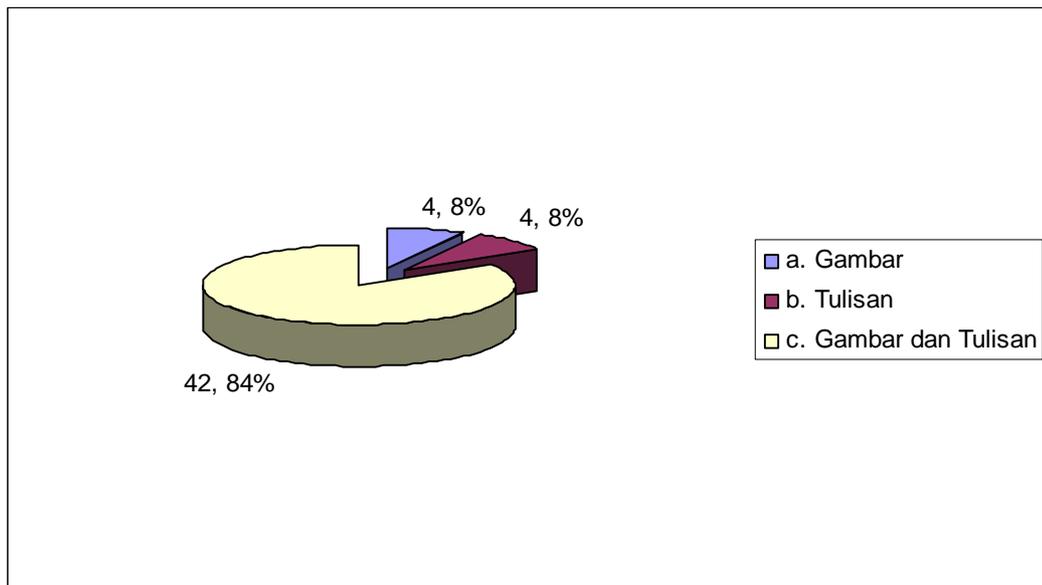
Asumsi :

Lebih dari separuh responden menyatakan bahwa Suzana Bakery termasuk dikenal dalam masyarakat, sementara hampir separuh menyatakan kurang dikenal dan hanya sedikit yang beranggapan Suzana Bakery tidak dikenal. Bisa disimpulkan bahwa keberadaan Suzana Bakery, terlepas dari unsur visual logonya, memiliki tempat yang cukup kuat dalam masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

6. Menurut Anda, bagaimana sebaiknya logo sebuah toko roti ?

Tabel 3.6. Hasil Kuisisioner Logo yang Tepat Menurut Responden

| Pilihan | Frekuensi | Presentase |
|-----------------------|-----------|------------|
| a. Gambar | 4 | 8% |
| b. Tulisan | 4 | 8% |
| c. Gambar dan Tulisan | 42 | 84% |



Gambar 3.6. Diagram *Pie*.Hasil Kuisisioner Logo yang Tepat Menurut Responden

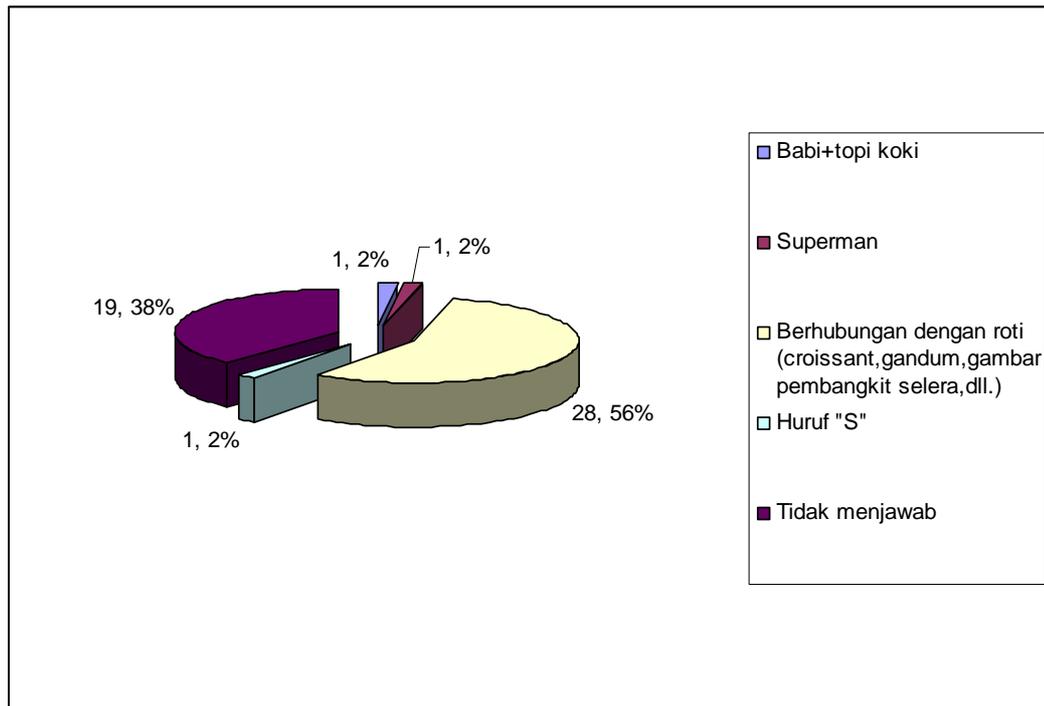
Asumsi :

Kebanyak responden mengatakan bahwa logo yang paling tepat untuk mempresentasikan keberadaan sebuah toko roti adalah logo dengan memakai gambar dan tulisan. Hal ini menjadi masukan untuk *re-design* logo yang baru bagi Suzana Bakery.

7. Bila memakai gambar, gambar seperti apakah sebaiknya ?

Tabel 3.7. Hasil Kuisisioner Gambar Untuk Logo Suzana Bakery

| Jawaban | Frekuensi | Presentase |
|--|-----------|------------|
| Babi+topi koki | 1 | 2% |
| Superman | 1 | 2% |
| Berhubungan dengan roti (croissant,gandum,gambar pembangkit selera,dll.) | 28 | 56% |
| Huruf "S" | 1 | 2% |
| Tidak menjawab | 19 | 38% |



Gambar 3.7. Diagram *Pie* Hasil Kuisisioner Gambar Untuk Logo Suzana Bakery

Asumsi :

Pertanyaan nomor 7 berbentuk isilah, sehingga memunculkan berbagai macam ragam jawaban, namun sebagian besar memiliki dasar jawaban yang sama, yaitu gambar yang berhubungan dengan roti, sehingga bisa jelas bahwa logo itu adalah logo sebuah toko roti. Ini menjadi masukan yang baik untuk merancang logo yang tepat dan komunikatif bagi masyarakat.

3.1.2. Data Responden

Tabel 3.8. Data Responden

| No | Nama | Alamat | Pekerjaan | Usia |
|----|---------------|---------------------------------------|------------------|------|
| 1 | Adela S | Simokwagean 31, Sby | Mahasiswa | 21 |
| 2 | Airin | Klampus Semolo Timur AB-207, Sby | Mahasiswa | 21 |
| 3 | Amelia | Laguna Westwood A2/8 | Mahasiswa | 22 |
| 4 | Andree P | Kutisari | Marketing Export | 25 |
| 5 | Anton | Pakuwon, Sby | Pegawai Swasta | 28 |
| 6 | Bambang | Karang Asem IV/146, Sby | Karyawan Swasta | 30 |
| 7 | Boedi Hariono | Duku IV/302, Pondok Candra Indah, Sby | Swasta | 49 |

| | | | | |
|----|-----------------|------------------------------------|------------------|----|
| 8 | Carolina C | Babatan Pantai Utara VI/19, Sby | Graphic Designer | 22 |
| 9 | Christian H | Manyar Kertoarjo XI/56, Sby | Karyawan Swasta | 29 |
| 10 | Debby | Dharmahusada Indah Barat I/31, Sby | Karyawan Swasta | 25 |
| 11 | Dhieny A | Babatan Pantai Utara | Mahasiswa | 22 |
| 12 | Elizabeth R.S.K | Jemursari Utara IV/5, Sby | Arranger Music | 31 |
| 13 | Ellen | Kebalen Timur 5 | Mahasiswa | 21 |
| 14 | Elly | Darmo Hill Q-15, Sby | Mahasiswa | 21 |
| 15 | Felicia G | Ngagel Jaya Tengah 36, Sby | Mahasiswa | 22 |
| 16 | Fenny | Sepande Indah AC-8, Sda | Purchasing | 25 |
| 17 | Handi S.J | Margorejo Indah B-804, Sby | Wiraswasta | 21 |
| 18 | Hendra | Lebak Jaya II/7, Sby | Mahasiswa | 22 |
| 19 | Henny Adikara | Kutisari Indah Barat IX/25, Sby | Karyawan Swasta | 26 |
| 20 | Heny K | Sidoarjo | Karyawan Swasta | 26 |
| 21 | Herlin | Gading Pantai 4/25, Sby | Mahasiswa | 18 |
| 22 | Jasmine | Mulyosari Utara XI/35, Sby | Staff M. Exp | 27 |
| 23 | Lany Octavia | Pondok Mutiara RB/6, Sby | Purchasing | 31 |
| 24 | Levi | Manyar Kertoarjo 8/25, Sby | Mahasiswa | 22 |
| 25 | Lidia | Sedati Agung 36, Sby | Swasta | 34 |
| 26 | Lisa | Manyar Kertoarjo 8/32, Sby | Pegawai Swasta | 32 |
| 27 | Luh Sri M | Sidoarjo | Karyawan Swasta | 34 |
| 28 | MA. Debrina Z. | Jemursari Utara IV/5, Sby | Guru Seni Vokal | 60 |
| 29 | Meggie Linier | Jagalan 80/2, Sby | Pegawai Swasta | 51 |
| 30 | Mei Liang | Jemursari 101a, Sby | Wiraswasta | 49 |
| 31 | Melissa | Ananas 15, Malang | Mahasiswa | 22 |
| 32 | Mira | Siwalankerto Raya 26, Sby | Pegawai Swasta | 24 |
| 33 | Nancy | Kali Kepiting 7, Sby | Akuntan | 21 |
| 34 | Nuke A | Sidodadi Indah I no.16, Sby | Mahasiswa | 19 |
| 35 | Nunung W | Kletek, Taman-Sidoarjo | Swasta | 29 |
| 36 | Peni | Wisma Tropodo B X/21 | Administrasi | 36 |
| 37 | Rizal | Siwalankerto VIII | Mahasiswa | 22 |
| 38 | Santi | Manyar Rejo IX/21, Sby | Karyawan Swasta | 30 |
| 39 | Silvana Y.P | Raya Kendangsari | Mahasiswa | 22 |
| 40 | Stefanie | Dharmahusada Permai 1/3, Sby | Pelajar | 17 |
| 41 | Sudarto | Wisma Tropodo B X/21 | Swasta | 45 |
| 42 | Surti H | Sidoarjo | Karyawan Swasta | 23 |
| 43 | Susi | Kapasan 57, Sby | Karyawan Swasta | 27 |
| 44 | Velly Y | Manyar Kertaadi 15, Sby | Mahasiswa | 22 |

| | | | | |
|----|----------------|------------------------------------|-----------------|----|
| 45 | Vincent | Dharmahusada Permai 1/3, Sby | Wiraswasta | 25 |
| 46 | Waluyo S.K. | Raya Kendang Sari No.59 | Wiraswasta | 23 |
| 47 | Wanny R | Karang Empat XII/78, Sby | Pegawai Swasta | 29 |
| 48 | Yenny | Laguna Indah Sorrento HI-29, Sby | Mahasiswa | 21 |
| 49 | Yulia S | Sidoarjo | Karyawan Swasta | 32 |
| 50 | Yustian Nimara | Klampis Semolo timur II AB 75, Sby | Pegawai Swasta | 23 |

3.2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil *survey* melalui kuisisioner yang disebarakan kepada 50 orang responden, diketahui bahwa Suzana Bakery telah cukup dikenal dalam masyarakat, namun kebanyakan dari responden tersebut beranggapan bahwa logo Suzana Bakery sekarang ini kurang bagus, kurang mempresentasikan keberadaan sebuah toko roti, dan perlu diganti sehingga dapat lebih menarik bagi konsumen serta dapat lebih mempresentasikan keberadaan sebuah toko roti.

3.2.1. Aspek Tampilan Visual

Dari kuisisioner didapatkan bahwa secara visual, logo Suzana Bakery saat ini dianggap kurang bagus, dan cukup banyak dari responden merasakan kemiripan antara logo Suzana Bakery dengan logo salah satu merek produsen otomotif yang cukup terkenal.

3.2.2. Aspek Komunikasi

Dilihat dari segi komunikatifnya, logo Suzana Bakery termasuk kurang komunikatif, terlihat dari hasil kuisisioner yang menyatakan bahwa logo Suzana Bakery tidak mencerminkan keberadaan sebuah toko roti. Karenanya dapat dianggap logo Suzana Bakery sekarang ini gagal dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

3.2.3. Aspek fungsional

Dari aspek fungsional, tampaknya logo Suzana Bakery tidak terlalu mempengaruhi keberadaan Suzana Bakery itu sendiri, terbukti dari hasil responden yang menyatakan bahwa Suzana Bakery cukup dikenal di kalangan masyarakat, meskipun tidak memiliki logo yang menarik dan komunikatif.

3.3. Usulan Pemecahan Masalah

Dari apa yang sudah dikemukakan dan dibahas sebelumnya, maka masalah logo yang dihadapi oleh Suzana Bakery adalah logo yang kurang bagus, kurang komunikatif dan mirip dengan logo sebuah produsen otomotif.

Untuk itu, maka diusulkan pemecahan masalah melalui *re-design corporate identity* untuk Suzana Bakery, yang dapat menampilkan citra yang tepat dan komunikatif serta tampil baik dari segi estetika. Dengan adanya logo yang baru bagi Suzana Bakery, dapat meningkatkan citra dan ikut mendukung kemajuan Suzana Bakery di masa mendatang.