



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

IDENTITI KORPORAT LAPEZZ DELIGHT

Noor Ashikin Binti Naziadi

HD
59.2
N818
2007

Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian
(Teknologi Senireka)
2007

b 11302069

P. KHIDMAT MAKLUMAT AKADEMIK
UNIMAS



1000178990

Pusat Khidmat Maklumat Akademik
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK
04300 Kota Samarahan

IDENTITI KORPORAT LAPEZZ DELIGHT

NOOR ASHIKIN BINTI NAZIADI

**Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Seni Gunaan Dengan Kepujian
(Teknologi Seni Reka)**

**Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK
2007**

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

JUDUL : IDENTITI KORPORAT LAPEZZ DELIGHT

SESI PENGAJIAN : 2006/2007

Saya **NOOR ASHIKIN BINTI NAZIADI**
(HURUF BESAR)

mengaku membenarkan tesis/ Laporan* ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Tesis/ Laporan adalah hakmilik Universiti Malaysia Sarawak
2. Pusat Khidmat Akademik,Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan untuk membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Pusat Khidmat Akademik,Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pengkalan Data Kandungan Tempatan
4. Pusat Khidmat Akademik,Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/ laporan ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi
5. *sila tandakan

- SULIT** (mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub didalam AKTA RASMI 1972)
- TERHAD** (Mengandungi maklumat Terhad yang telah di tentukan oleh organisasi /badan dimana penyelidikan dijalankan)
- TIDAK TERHAD**



Tandatangan Penulis

Tarikh :

Alamat Tetap :
43 LENGKOK TUNA,
SEBERANG JAYA PRAI
13700 PULAU PINANG

Disahkan



Tandatangan Penyelia

Tarikh : 11.5.2007.

Catatan : *Tesis/ Laporan dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda
*Jika Tesis/ Laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/ organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/ laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

PENGESAHAN

Projek bertajuk “Identiti Korporat Lapezz Delight” telah disediakan oleh Noor Ashikin Binti Naziadi dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (Teknologi Senireka)

Diterima untuk diperiksa oleh :



Encik Sylvester Wielding Jussem

11.5.2007

Tarikh :

PENGAKUAN

Saya mengaku bahawa bahagian dalam penyelidikan ini hanya digunakan sebagai bahan sokongan untuk sesuatu ijazah dan setiap ringkasan telah saya jelaskan sumbernya.



Noor Ashikin Binti Naziadi

(12528)

Penghargaan

Alhamdulillah, saya memanjatkan kesyukuran kehadiran ILAHI kerana dengan izin dan kasih sayang-Nya, akhirnya saya dapat menyiapkan Projek Tahun Akhir sesi 2006/2007 pada jangka masa yang ditetapkan

Jutaan terima kasih kepada En. Sylvester Wielding Jussem selaku penyelia saya dalam menyiapkan Projek Tahun Akhir ini. Bimbingan dan nasihat beliau berikan telah banyak membantu dalam menyiapkan Projek Tahun Akhir ini dengan baik dan sempurna. Tidak lupa juga kepada Professor Madya Mohd Fadzil Bin Abdul Rahman, Dekan Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif serta pensyarah-pensyarah lain juga tidak pernah jemu memberikan teguran, kritikan, sokongan dan bimbingan kepada saya untuk menyiapkan Projek Tahun Akhir ini

Sekalung penghargaan buat kedua ibubapa tercinta iaitu Tuan Hj Naziadi Bin Jusof dan Puan Hjh Zaiton Binti Ahmad kerana telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang. Pengorbanan kalian dari segi sokongan moral dan segala bantuan ketika menjalankan penyelidikan telah memberi semangat untuk terus berjuang demi mencapai kejayaan. Jasa kalian tidak akan saya lupakan hingga ke akhir hayat.

Akhir sekali saya ingin mengucapkan terima kasih kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak membantu dalam memberi dorongan dan semua pihak yang terlibat dalam menjayakan Projek Tahun Akhir ini. Semoga dengan terhasilnya tesis ini akan memberi manfaat dan kepuasan kepada semua pihak. Inshaallah

KANDUNGAN

BAB PERKARA	MUKA SURAT
TAJUK	
PENGESAHAN	i
PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iii
KANDUNGAN	iv - vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	1 - 4
1.2 Permasalahan Kajian	5 - 6
1.3 Objektif Kajian	7
1.4 Skop Kajian	8
1.5 Hipotesis	9
Bab 2 METODOLOGI KAJIAN	
2.1 Sumber Pengumpulan Data	10
2.1.1 Pendahuluan	10
2.1.2 Pemerhatian	11
2.1.3 Temubual	12

2.1.4	Borang Soal Selidik	13
2.1.5	Jurnal	14
2.1.6	Buku-buku Rujukan	15
2.1.7	Internet	16
2.1.8	Kajian Lepas	17 - 18
2.2	Kesimpulan	19
 Bab 3 HASIL DAPATAN KAJIAN		
3.1	Pengenalan	20
3.2	Kajian Lepas	21
3.3	Pemerhatian	22
3.4	Borang Soal Selidik	23
3.5	Analisa Data	24 - 31
 Bab 4 CADANGAN		
4.1	Pengenalan	32
4.2	Cadangan Identiti Korporat dan konsep Kedai	
4.2.1	Mengwujudkan Identiti Korporat Kedai Kek Lapis	33
4.2.2	Pengguna Sasaran	34
4.2.3	Pembungkusan yang lebih terjamin	35
4.2.4	Ruang yang menarik	36
4.2.5	Penyeragaman perkhidmatan, pakaian dan imej	37
4.2.6	Pelbagaian media	38
4.3	Unique Selling Proposition (USP)	39
4.4	Analisa SWOT	40
4.5	Cadangan Strategi Penjenamaan Kedai Kek Lapis	
4.5.1	Strategi Pengiklanan	41

4.5.2	Strategi Media	42
4.6	Kesimpulan	43
Bab 5	RUMUSAN	44
	Bibliografi	
	Lampiran 1	

Abstrak

Kek Lapis Sarawak mula terkenal sekitar era tahun 70-an. Kek Lapis Sarawak ini mempunyai potensi yang baik untuk dikomersialkan di peringkat antarabangsa kerana keunikan corak dan warna kek tersebut. Oleh itu, Kek Lapis Sarawak perlu mempunyai Identiti Korporat yang tersendiri. Ia adalah salah satu cara komunikasi organisasi tersebut dalam menarik perhatian dan menarik kepercayaan pengguna untuk berurusan. Dengan adanya Identiti Korporat boleh membantu kejayaan sesebuah organisasi.

Kata Kunci

Sedap dan menarik

Abstract

Sarawak layed cake or 'Kek Lapis Sarawak' is very famous since 1970s. This cake is very unique because its intricate colors and design. It has the potential to be commercialized internationally. This thesis is a study on the establishment of the cake and with a proposal to promote and create a new identity of its own

Key words

Delicious and interesting

Bab 1 PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Identiti Korporat ialah imej serta identiti yang digunakan oleh sesebuah organisasi untuk memperkenalkan organisasi yang baru wujud dan juga yang sedia ada. Ia adalah salah satu cara komunikasi organisasi tersebut dalam menarik perhatian dan menarik kepercayaan pengguna untuk berurusan dengan mereka. Identiti dan imej korporat tersebut boleh membantu kejayaan sesebuah organisasi dalam menjalankan urusan perniagaan mereka. Pendek kata, Identiti Korporat adalah berbeza diantara satu sama lain dan melambangkan imej individu pada setiap masa.

Nama dan logo adalah elemen utama yang perlu ada dalam sesebuah organisasi. Ia adalah sebagai trademark atau simbol kepada organisasi dan ia dikenali dengan produk atau perkhidmatan yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut. Penghasilan identiti korporat yang baik mampu memberi kesan kepada sesiapa sahaja dan ia adalah satu perkembangan bagi meningkatkan imej dan identiti yang baik didalam pasaran. Organisasi tersebut perlu memperkenalkan kewujudannya dengan jelas dan senang difahami oleh orang ramai atau senang dikenali oleh masyarakat sekeliling terutamanya

Dalam elemen logo, warna memainkan peranan yang penting untuk mempertegaskan dan memperkuat kesan dan tujuan sesebuah syarikat. seperti yang dikemukakan oleh *Henry Dreyfuss*, bahawa warna yang digunakan di dalam simbol-simbol grafik untuk mempertegaskan maksud. Sebagai contoh warna-warna yang digunakan untuk lampu isyarat, merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap sedia dan

hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat. Kemampuan warna dapat memberi impresi serta menimbulkan kesan-kesan tertentu. Sifat unik sesuatu logo adalah penting bagi mengelakkan kekaburan dikalangan pelanggan, pembekal, pengguna, afiliate, dan orang ramai. Sejauhmana sesuatu jenis logo mencapai matlamat ini, ia boleh berfungsi sebagai tanda dagang, dan boleh digunakan bagi mengenalpasti secara unik business, organisasi, peristiwa, produk atau perkhidmatan. Apabila jenis logo direka, satu cara yang paling berkesan adalah mendaftarkannya sebagai tanda dagang, agar pihak ketiga yang tidak sah tidak boleh menggunakannya, atau mengganggu pemilik menggunakannya. Sekiranya hak berkait dengan jenis logo dicestablished dan dipertahankan dengan betul ia mampu menjadi harta hak milik intelektual (*intellectual property*) yang berharga

Identiti Korporat juga menggabungkan mengenai persekitaran, pengiklanan dan memberikan reputasi bagaimana untuk mempromosikan sesebuah identiti korporat yang baru di pasaran. Identiti korporat adalah salah satu nilai kesinambungan daripada pengiklanan. Ini kerana penggunaan identiti tersebut adalah untuk memberitahu orang ramai bahawa kewujudan sesebuah syarikat baru dan secara tidak langsung sesebuah syarikat akan mempromosi atau mengiklanankan identiti korporat yang ada

Di samping itu juga sesebuah organisasi yang mempunyai identiti yang baik adalah organisasi yang menjadi lambang kepada kepercayaan dan etika apabila mengorganisasikan sesebuah syarikat atau perniagaan dengan berkongsi satu kepercayaan dan dapat berkomunikasi atau berhubung dengan semua orang atau pelanggan dengan setiap bahagian organisasi di sesebuah organisasi.

1.1.1 Pengenalan Kek Lapis Sarawak

Negeri Sarawak (Bumi Kenyalang) memang terkenal dengan keunikan yang terdapat di negeri ini dari segi budaya, kaum yang berbilang bangsa dan agama serta cara hidup yang unik dan aman makmur. Selain daripada keunikan etnik-etnik lain di negeri ini salah satu keunikannya ialah terdapat satu jenis kek yang sangat terkenal sekarang iaitu Kek Lapis Sarawak.

Kek Lapis Sarawak mula terkenal di Sarawak sekitar era tahun 70 an. Ia mula dikenali di Sarawak semasa ia di usahakan oleh seorang wanita yang begitu gigih dan mempunyai idea-idea yang kreatif. Sejak itu, beliau membentuk kek Lapis dengan rekaan bentuk yang unik,cantik,menarik serta resipi yang baru rasa yang sedap. Nama-nama kek seperti Pua Kumbu,Utap (shield),Bunga Tulip adalah reka bentuk yang terdapat pada Kek Lapis Sarawak ini

Atas usahanya yang begitu gigih tanpa mengenal erti kekalahan sekitar tahun 2002 pengasasnya, Kek Lapis Sarawak iaitu Puan Rabiah Amit telah membukukan resipi-resipi Kek Lapis Sarawak ke dalam dua (2) Jilid buku. Selain daripada penerbitan buku-buku beliau tidak lokek untuk mencurahkan ilmu-ilmu beliau kepada generasi-generasi tua atau muda baik di negeri Sarawak, Semenanjung Malaysia mahupun Brunei. Beliau sering mendapat undangan-undangan untuk membuat demonstrasi di seluruh Malaysia serta Brunei. Mulai dari saat inilah Kek Lapis Sarawak menjadi terkenal dan tersebar meluas ke seluruh negeri di Malaysia dan Brunei hinggalah sekarang.

Projek tahun akhir saya ialah mengenai Identiti Korporat Mariam cake Lapis Sarawak. Menurut Kamus Dewan Edisi Ketiga, Kek ialah kuih yang dibuat daripada adunan tepung, mentega, gula dan ia boleh dibakar. Puan Mariam memulakan aktiviti membuat kek Lapis Sarawak iaitu pada tahun 1996. Pada masa itu, beliau membuat kek untuk mengisi masa lapang beliau di samping itu beliau juga menerima tempahan daripada kawan-kawan secara kecil-kecilan. Dari tahun ke tahun, tempahan yang di terima oleh beliau semakin banyak sehinggalah beliau berjaya membuka sebuah kedai *Mariam Cake Lapis Sarawak*. Kedai Pn Mariam terletak di Satok dan mempunyai cawangan lain di Muara Tuang. Beliau banyak menjual kek-kek lapis yang bercorak dengan harga yang berpatutan.

1.2 Permasalahan Kajian

- 1.2.1 Walaupun Kek Lapis Sarawak terkenal di Sarawak, tetapi usaha-usaha untuk membuka kedai Kek Lapis Sarawak masih kurang mendapat sambutan sama ada di Sarawak atau di Semenanjung. Di Sarawak, Kedai Kek Lapis Sarawak hanya terdapat beberapa buah sahaja iaitu di Satok, Muara Tuang dan Jalan Astana sementara yang lain di jual di kaki-kaki lima Waterfront atau di rumah. Hal ini menyebabkan identiti korporat kurang dikenali oleh masyarakat Sarawak dan Semenanjung.
- 1.2.2 Dalam aspek promosi dan pengiklanan pula Mariam Cakes kurang memberi perhatian dan penekanan untuk meningkatkan jualan yang lebih luas. Mereka hanya menggunakan media-media tertentu sahaja untuk membuat promosi seperti banner dan brochure. Promosi dan pengiklanan bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada orang ramai serta memberi maklumat. Oleh itu, Mariam Cakes harus mempelbagaikan media pengiklanan dan promosi bukan hanya di negeri Sarawak sahaja malah seluruh Malaysia amnya. Produk Kek Lapis Sarawak mendapat permintaan tinggi di kalangan pelancong luar tetapi ia kurang mempromosikannya. Di Malaysia, pengiklanan untuk mempromosikan Kek Lapis Sarawak adalah kurang, ini menyebabkan hanya sesetengah pelancong yang tahu mengenai Kek Lapis Sarawak. Pengiklanan dan promosi perlu dilakukan lebih giat untuk memperkenalkan sesuatu produk yang baru. Pengiklanan adalah merupakan cara yang terbaik untuk memperkenalkan sesuatu produk kepada pengguna tentang kegunaan dan kebaikannya.

1.2.3 Selain itu, pembungkusan merupakan salah satu elemen yang penting dalam pembungkusan sesuatu produk, contohnya kebanyakan reka bentuk pembungkusan Kek Lapis Sarawak menggunakan kotak yang berbentuk empat segi dan plastik. Penggunaan plastik tidak berkualiti akan memberi satu inspirasi yang kurang baik kepada pembeli. Ia tidak menunjukkan kelainan sesuatu produk dan tidak menarik perhatian pengguna. Di samping itu juga, penggunaan taipografi amat penting dalam sesuatu produk. Saiz taipografi perlu sesuai supaya tidak mengganggu keharmonian sesuatu produk. Ini adalah untuk memudahkan pengguna membaca dan mengelakkan berlakunya kekeliruan maklumat yang dicatatkan ilustrasi yang terdapat pada produk Kek Lapis Sarawak. Elemen-elemen senireka yang digunakan kurang mempunyai prinsip kesatuan.

1.3 Objektif Kajian

Berdasarkan dari kajian yang dibuat tentang *Mariam Kek Lapis Sarawak*, pengkaji akan mengkaji seperti :

- Mengkaji reka bentuk logo yang unik, menarik dan kreatif untuk bersaing di pasaran global.
- Mengkaji konsep senireka Kedai Kek Lapis Sarawak yang terdapat di pasaran.
- Mengenalpasti media yang sesuai untuk mempromosi Kek Lapis Sarawak kepada masyarakat umum.
- Meningkatkan identiti korporat supaya dapat bersaing.

1.4 Skop Kajian

Skop kajian ini dijalankan di sekitar kawasan Kuching. Biasanya penyelidikan dilakukan di kedai-kedai Kek Lapis Sarawak atau kedai kek. Di samping itu pengkaji menjalankan kajian di tempat-tempat awam kerana dapat mencari lebih banyak responden. Membuat pengunjungan ke kedai-kedai Kek Lapis Sarawak supaya pengkaji lebih memahami.

1.5 Hipotesis

Pada pendapat penyelidik, produk Kek Lapis Sarawak akan dapat menarik perhatian pengguna jika ia dapat direka mengikut cita rasa pengguna. Ini bukan sahaja dapat menarik perhatian pengguna, malah pembungkusan yang menarik juga merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk Kek Lapis Sarawak. Reka bentuk pembungkusan produk Kek Lapis Sarawak perlu sesuai dengan produk yang hendak dibungkus supaya dapat mempamerkan identiti dan jenis produk yang hendak dipasarkan.

Selain itu, dalam identiti korporat façade amat penting kerana ia dapat mempamerkan produk yang hendak ditonjolkan. Dengan adanya façade yang menarik, ia membolehkan pengunjung akan mengingati dan selalu datang ke kedai Kek Lapis Sarawak di samping promosi perlu lebih giat dijalankan.

BAB 2

METODOLOGI PENYELIDIKAN

2.1 Sumber Pengumpulan Data

2.1.1 Pendahuluan

Kajian ini adalah bersifat penyelidikan tinjauan yang dijalankan bagi mendapat maklumat dan citarasa pengguna terhadap produk kek lapis Sarawak. Beberapa kaedah atau metodologi kajian telah digunakan bagi memudahkan dan membantu kajian ini dijalankan. Metodologi kajian yang terlibat dalam kajian ini adalah seperti pemerhatian, temubual, borang soal selidik, jurnal, buku rujukan dan internet.

2.1.2 Pemerhatian

Langkah permulaan untuk menjalankan kajian ini ialah secara pemerhatian. Pemerhatian ini dijalankan sejak bulan April 2006 hingga bulan August 2006. Kajian dijalankan melalui pemerhatian di kedai-kedai kek di Sarawak, majalah, buku-buku yang dijual di pasaran dan sebagainya. Melalui pemerhatian ini, pelbagai maklumat telah diperolehi iaitu dengan memerhati atau meninjau persepsi pengguna terhadap produk kek lapis Sarawak yang ada di pasaran kini. Selain itu, jika dilihat pada masa sekarang kebanyakan orang yang menghasilkan produk Kek Lapis Sarawak tidak mempunyai premis yang tetap. Mereka hanya menjual di rumah sahaja. Sekarang hanya terdapat 3 buah kedai kek Lapis Sarawak iaitu di Jalan Astana (Rabiah Amit Enterprize), Satok dan Muara Tuang (Mariam Cakes). Mereka ini hanya menfokus pada penjualan kek lapis Sarawak yang bercorak dan kek lapis biasa sahaja. Jika dilihat pada kedai kek seperti Taka, Mita, Bostan dan sebagainya sememangnya ada juga menjual Kek Lapis Sarawak, tetapi kedai-kedai ini tidak menfokus pada kek lapis Sarawak. Mereka lebih menjual kek biasa serta roti.

2.1.3 Temubual

Kaedah temubual turut digunakan bagi membantu kajian penyelidikan pengkaji. Pengkaji telah menemubual seorang pengusaha Kek Lapis Sarawak iaitu Pn Rabiah Amit. Beliau telah membuat Kek Lapis Sarawak sejak turun temurun iaitu dari nenek moyang. Kek Lapis Sarawak yang dibuat oleh keluarga beliau adalah "*Jantung Pisang*". Kek ini telah dihasilkan dengan menggunakan kualiti.

Selain itu, Pn Rabiah Amit mengatakan bahawa kek lapis sarawak ini mempunyai potensi untuk dijual di pasaran antarabangsa kerana beliau dalam proses membuat promosi di Negara china. Permintaan Kek Lapis Sarawak di kalangan pelancong asing sangat tinggi kerana keunikan Kek Lapis Sarawak itu sendiri.

2.1.4 Borang Soal Selidik

Dalam kajian ini, borang soal selidik telah digunakan untuk membantu kajian ini. Borang soal selidik digunakan untuk mengkaji tindak balas dan pengetahuan responden terhadap tajuk kajian ini. Di dalam borang soal selidik, pengkaji telah mendapat sedikit sebanyak pengetahuan dari responden. Kebanyakan responden mengatakan bahawa Kek Lapis Sarawak sangat terkenal di sarawak tetapi ia tidak mempunyai identiti yang kuat untuk memperkenalkan produk ini di luar dari negeri Sarawak.