

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas visual adalah elemen penting dalam komunikasi visual yang menjadi representasi visual dari suatu merek, organisasi, atau individu. Identitas ini terdiri dari berbagai elemen seperti logo, tipografi, warna, ilustrasi, dan elemen desain lainnya yang menciptakan citra yang konsisten di berbagai platform media. Di dunia yang semakin kompetitif, identitas visual berfungsi sebagai sarana untuk membedakan satu entitas dari yang lainnya. Identitas Visual menjadi "wajah" yang pertama kali dikenali oleh audiens, menghasilkan kesan awal yang mempengaruhi pandangan, perasaan, dan kesetiaan pelanggan. Identitas visual yang kuat tidak hanya sekedar estetika, tetapi juga harus mampu menyampaikan nilai, visi, dan misi entitas dengan cara yang efektif. Seiring dengan perkembangan teknologi dan tren desain, identitas visual terus berevolusi. Inovasi dalam elemen desain seperti penggunaan elemen interaktif, animasi, dan visualisasi data semakin memperluas cara identitas visual dapat diterapkan untuk berkomunikasi dengan audiens secara lebih dinamis dan relevan. Identitas visual, sering disebut sebagai identitas merek, termasuk aspek yang terlihat dan dirasakan oleh indera kita. Tujuannya adalah untuk bertindak sebagai sarana dan rencana bisnis untuk menyampaikan citra perusahaan yang diinginkan dan meningkatkan kesadaran merek konsumen (Fauzan & Apsari, 2020) dalam (Gabriel Rico Adhitya, 2023).

Kehidupan sehari-hari, seringkali manusia tidak memanfaatkan waktunya secara optimal. Ketika gaya hidup semakin sibuk dan serba cepat, manusia semakin tidak punya waktu. Kesibukan, arus informasi, dan laju perubahan yang semakin meningkat akhir-akhir ini seringkali membuat manusia lupa pada waktunya. Jam tangan adalah alat petunjuk waktu yang dikenakan pada pergelangan tangan seseorang. Jam tangan dirancang untuk bisa melihat waktu dengan mudah dan juga sebagai aksesoris tambahan pada fashion yang digunakan oleh para penggunanya. Jam tangan memiliki beberapa bahan pada strap nya, setiap strap memiliki masing-masing kegunaan dan ketepatan saat pemakaiannya.

“Davinda Watch Gallery” merupakan toko jam tangan yang didirikan tahun 2024 oleh Deddy Ariefandi Achmad di Kota Tangerang Selatan, toko tersebut menjual berbagai macam merek jam tangan branded premium berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Toko yang berjualan di teras rumah menggunakan booth sederhana, dan juga berjualan di beberapa tempat menggunakan mobil. Toko ini memiliki koleksi produk yang bisa dibilang cukup lengkap seperti Richard Mille, Audemars Piguet, Omega, Tag Heuer, Rolex, Patek Philippe, dan masih banyak lagi, namun belum memiliki identitas visual. Identitas visual merupakan elemen penting bagi bisnis, terutama untuk menciptakan kesan pertama yang positif di mata konsumen dan menonjol dari kompetitor.

Di era digital, memiliki identitas visual yang konsisten berperan penting dalam mendukung strategi pemasaran dan branding. Identitas visual yang dimaksud adalah logo yang dibuat agar tetap mencerminkan karakter dari toko Davinda Watch Gallery. Tidak memiliki logo pada toko adalah salah satu kesulitan agar dapat dikenali oleh para konsumen. Dengan membuat identitas visual berupa logo untuk “Davinda Watch Gallery” agar lebih dikenali oleh para konsumen. Identitas visual yang baik akan membantu toko ini membangun citra merek yang kuat, meningkatkan kesadaran merek, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Identitas visual yang profesional dan menarik diharapkan menjadikan “Davinda Watch Gallery” semakin kompetitif dan menarik perhatian calon konsumen. Penelitian ini, Perancangan identitas visual dilakukan dalam beberapa tahap yaitu mulai dari analisis kebutuhan hingga riset pasar dan diakhiri dengan pengembangan konsep visual. Hasil akhirnya yang berupa desain logo yang dapat digunakan toko tersebut agar lebih dikenal oleh para konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan pada latar belakang, beberapa masalah yang teridentifikasi adalah:

1. Diperlukannya pembuatan identitas visual bagi toko jam tangan “Davinda Watch Gallery” karena belum memiliki identitas untuk diketahui oleh para konsumen.
2. Belum memiliki wadah untuk membuat identitas visual yang menjadikan toko sulit diketahui oleh para konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun beberapa hal yang dapat menjadi rumusan masalah berdasarkan permasalahan pada latar belakang sebagai berikut:

1. Bagaimana identitas visual dapat mencerminkan nilai-nilai seperti keanggunan, kepercayaan, dan keahlian di bidang jam tangan?
2. Bagaimana elemen desain seperti logo, tipografi, warna, dan ilustrasi dapat dirancang untuk menyampaikan citra profesional dan premium?
3. Bagaimana strategi peluncuran dan penerapan identitas visual dapat dirancang untuk memberikan dampak yang optimal secara berkelanjutan?
- 4.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk membatasi masalah agar penelitian tidak menyimpang dan lebih mudah dibahas. Beberapa Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memfokuskan Perancangan Identitas Visual untuk toko jam tangan “Davinda Watch Gallery”, yang mencakup elemen seperti logo, tipografi, warna, dan elemen grafis lainnya. Ini dilakukan agar toko jam tangan lebih dikenal oleh para konsumen dengan adanya pembuatan Identitas Visual ini.
2. Peneliti membuat logo untuk toko jam tangan “Davinda Watch Gallery” dengan Visual yang menggambarkan nama toko tersebut sesuai dengan keinginan pemilik toko tersebut.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu untuk:

1. Identitas visual harus mencerminkan nilai-nilai profesionalisme, estetika yang elegan, dan inovasi untuk menonjolkan toko sebagai penyedia jam tangan premium.
2. Merancang desain logo menggunakan elemen yang modern namun klasik, seperti bentuk geometris sederhana dan tipografi serif yang memberikan kesan elegan.
3. Identitas visual diterapkan pada seluruh platform, mulai dari toko fisik (booth toko, banner jualan, stiker logo di mobil jualan) hingga digital (media sosial).

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

1. Penelitian ini dapat memperluas wawasan pengetahuan tentang Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya pada perancangan desain identitas visual untuk bisnis ritel. Hal ini akan meningkatkan referensi akademik bagi dosen dan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. Dapat menjadi sumber pembelajaran yang relevan dengan tren fashion di industri saat ini.
2. Penelitian ini dapat meningkatkan reputasi Universitas Pembangunan Jaya sebagai pencetak lulusan yang mampu membuat solusi inovatif yang berguna di industri, khususnya dalam bidang desain dan *branding*.

1.6.2 Bagi Peneliti

1. Penelitian ini memberikan peneliti kesempatan untuk menerapkan teori dan ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV) yang telah dipelajari ke dalam proyek bisnis nyata dan relevan di dunia bisnis. Ini dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam menciptakan Solusi kreatif untuk masalah desain yang sesuai dengan kebutuhan klien.
2. Pada penelitian ini, peneliti akan memperoleh pemahaman di bidang *branding* dan identitas visual, mulai dari strategi pemasaran, pemilihan elemen desain (seperti logo, warna dan tipografi), dan pengelolaan proyek desain.
3. Bagi peneliti yang ingin bekerja di bidang kreatif seperti *branding*, desain grafis, atau agensi kreatif, Perancangan Identitas Visual untuk “DAVINDA WATCH GALLERY” dapat menjadi tambahan proyek portofolio yang berharga. Hasil penelitian yang berhasil dilaksanakan akan memberikan nilai tambahan.

1.6.3 Bagi Masyarakat

1. Perancangan Identitas Visual yang kuat akan membantu meningkatkan ketertarikan Masyarakat untuk membeli di toko jam tangan lokal seperti “DAVINDA WATCH GALLERY”. Masyarakat akan lebih mudah mengenali dan mengingat toko dengan identitas yang kuat, yang pada akhirnya akan membantu pertumbuhan bisnis lokal.

2. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat umum tentang pentingnya desain dan branding dalam kehidupan sehari-hari. Ini dapat menumbuhkan minat desain di kalangan generasi muda atau masyarakat yang tertarik dengan aspek estetika dalam bisnis.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang mengapa perancangan Identitas Visual pada Toko Jam Tangan DAVINDA WATCH GALLERY yang perlu dilakukan. Bagian ini juga diuraikan dengan adanya rumusan masalah yang ingin dipecahkan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat peneliti baik dari peneliti, bagi Universitas Pembangunan Jaya, hingga masyarakat, dan batasan-batasan yang digunakan untuk membatasi cakupan penelitian. Bagian ini berfungsi untuk memberikan pemahaman awal mengenai konteks dan alasan dilakukannya penelitian ini.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini peneliti akan mengkaji literatur terkait yang relevan dengan topik perancangan identitas visual pada toko jam tangan DAVINDA WATCH GALLERY. pada bab ini menjelaskan tentang bagaimana perancangan identitas visual berperan penting pada toko jam tangan ini.

Bab 3 Metodologi Desain

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti untuk merancang identitas visual dari toko jam tangan DAVINDA WATCH GALLERY. Peneliti akan menjelaskan langkah-langkah yang digunakan, mulai dari mengumpulkan data, hingga proses perancangan identitas visual.

Bab 4 Strategi Kreatif

Pada bab ini menjelaskan inti dari penelitian Perancangan identitas visual pada toko jam tangan DAVINDA WATCH GALLERY dijelaskan secara detail. Peneliti akan menjelaskan perancangan awal mulai dari analisis SWOT hingga pembuatan logo. Peneliti juga menjelaskan tentang elemen-elemen visual yang digunakan, warna, tipografi, hingga turunan warna yang digunakan.

Bab 5 Penutup

Bab ini adalah hasil akhir dari Perancangan Identitas Visual dari toko jam tangan DAVINDA WATCH GALLERY berupa logo. Peneliti juga mengevaluasi apakah perancangan ini sudah sesuai dengan tujuan awal penelitian dan menjawab segala pertanyaan pada bab pendahuluan.



Gambar 1. 1 Kerangka penulisan

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)