

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Brand* Akulogi merupakan perusahaan yang bergerak pada penyediaan platform penilaian kompetensi berbasis data *online* yang bertujuan untuk membantu mitra atau klien untuk menyaring, menilai, dan merekrut kandidat yang paling cocok untuk semua persyaratan pekerjaan. *Brand* Akulogi hadir dengan misi untuk menyediakan akses psikotes yang mudah dan berkualitas untuk seluruh lapisan masyarakat dan memberikan informasi akurat tentang profil diri serta rekomendasi yang tepat pada setiap orang.

Dengan misi tersebut *brand* Akulogi hadir sebagai perusahaan yang menciptakan sebuah produk yang memanfaatkan ilmu psikologi dan data untuk menyajikan hasil yang valid dan saintifik dengan *skoring* asesmen yang dapat dilakukan secara efisien dengan bantuan teknologi, dengan terciptanya produk tersebut perusahaan tentunya harus memasarkan produknya dan menjangkau konsumen baru *brand* Akulogi harus mampu bersaing dengan perusahaan lain sejenis serta dapat menunjukkan *image* dan kepercayaan yang baik dimata klien dan masyarakat.

Untuk dapat memasarkan produk tentunya keterlibatan identitas *brand* dengan produk yang dimilikinya sangatlah penting sehingga perancangan identitas visual dibutuhkan sebagai usaha dalam membentuk identitas *brand* untuk menyampaikan keberadaan *brand* serta menarik minat dari masyarakat untuk lebih mengenal produk atau layanan yang ditawarkan,

Dalam strategi Bergeraknya awal suatu perusahaan perancangan identitas visual menjadi salah satu elemen yang sangat penting untuk diprioritaskan. Menurut Dama Sumedi (2018:3) identitas visual merupakan sebuah metode dalam menyampaikan pesan secara visual dalam perancangan untuk membentuk sebuah

*brand*, sementara itu pada teori Rustan (2017) dijelaskan bahwa perancangan identitas visual bertujuan dalam mengkomunikasikan pesan atau citra merek untuk membangun kepercayaan terhadap apa yang ditawarkan serta menanamkan kehadiran *brand* dalam benak konsumen melalui visualisasi seperti symbol yang memiliki karakter tertentu dan nilai keunikan. Berdasarkan teori yang disampaikan perancangan identitas visual *brand* Akulogi bertujuan untuk bagaimana perancangan identitas visual ini dapat memberikan dampak kepada *brand* Akulogi untuk dapat dikenali masyarakat luas dan menyampaikan citra perusahaan serta meliputi sarana promosi produk.

Dengan itu perancangan ini difokuskan pada perancangan identitas visual *brand* Akulogi bertujuan untuk menyampaikan citra yang sesuai dengan *persona* dan produk yang ditawarkan, serta pembentukan identitas visual hadir sebagai sebuah cara dalam mengkomunikasikan layanan dan produk yang ditawarkan ataupun bersaing dengan perusahaan lain sejenis dan sebagai *brand* dapat menunjukkan *image* dan kepercayaan yang baik dimata klien dan masyarakat sebagai upaya dan proses dalam membentuk *brand recognition* untuk menyampaikan keberadaan *brand* serta produk yang dimilikinya..

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis sampaikan seperti diatas maka rumusan masalah adalah diantaranya:

1. Identitas visual seperti apa yang dibutuhkan oleh *brand* Akulogi?
2. Bagaimana proses perancangan identitas visual yang dibutuhkan sebagai upaya dalam meningkatkan *brand recognition*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan perancangan, agar pembahasan jelas dan focus pada topik pembahasan maka dibuat batasan dari perumusan masalah diatas. Pada perancangan ini identitas visual meliputi perancangan logo *brand* Akulogi,

implementasi logo pada *stationary set* dan media pendukung lainnya yang sesuai dengan panduan dalam *GSM (Graphic Standar Manual)*.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang identitas visual *brand* Akulogi sebagai upaya dalam meningkatkan *brand recognition* untuk menyampaikan keberadaan *brand* serta menarik minat dari masyarakat untuk lebih mengenal produk atau layanan yang ditawarkan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan identitas visual di antaranya adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Hasil akhir dari perancangan ini dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman yang dapat diaplikasikan oleh *brand* Akulogi sebagai Langkah awal dalam meningkatkan *brand recognition*.

### **1.5.2 Manfaat Bagi Penulis**

Manfaat yang didapat dari penulis adalah dapat mengembangkan ilmu yang didapat selama perkuliahan serta memperoleh ilmu pengetahuan baru yang tidak didapat selama perkuliahan serta hasil akhir dari perancangan dapat dipergunakan sebagai referensi dalam melakukan perancangan identitas visual untuk sebuah *brand*.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah dalam mengetahui pembahasan yang ada pada perancangan ini maka dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan perancangan, Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab ini berisikan penjelasan hal-hal yang melatar belakangi perancangan seperti latar belakang masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan masalah, manfaat perancangan, dan sistematika perancangan.

## BAB II

Bab ini berisikan penjelasan tinjauan Pustaka yang terdiri dari teori-teori terkaitan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perancangan yang menjadi landasan teori pada perancangan yang terdiri dari teori utama dan teori pendukung.

## BAB III

Bab ini berisikan penjelasan seputar metode yang digunakan dalam perancangan yang disertai dengan pemaparan Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

## BAB IV

Bab ini berisikan penjelasan seputar Langkah pengembangan dari hasil pengolahan data yang diperoleh dalam perancangan berupa gambaran hasil perancangan dan Analisa serta pembahasan hasil perancangan.

## BAB V

Bab ini berisikan berbagai hal terkait kesimpulan dan saran dari hasil akhir perancangan dan penelitian yang dilakukan