

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital berperan besar terhadap semakin ketatnya persaingan usaha dalam bisnis. Persaingan usaha yang bertambah ketat dapat terjadi karena adanya peningkatan kuantitas perusahaan yang beroperasi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 terdapat 131.414 perusahaan di sektor perdagangan di Indonesia, meningkat 1,76% dibandingkan tahun sebelumnya (Widi, 2022).

Peningkatan kuantitas perusahaan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu pertumbuhan ekonomi, kemudahan dalam mendirikan perusahaan, dan adanya peningkatan kebutuhan pasar (Radjasa, 2003). Perusahaan memiliki tantangan dalam menciptakan strategi yang dapat menarik calon pelanggan dan meningkatkan kualitas perusahaan. Untuk menjawab tantangan tersebut, perusahaan memerlukan rancangan identitas visual.

Identitas visual memiliki peran penting pada perusahaan. Identitas visual adalah sekumpulan elemen grafis yang selaras dengan pesan yang dikomunikasikan merek dan memastikan citranya koheren dan konsisten (Prihatmoko, 2023). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alberta & Wijaya (2021), citra positif dan *brand awareness* yang baik memberikan dampak pada peningkatan penjualan. Pentingnya identitas visual bagi perusahaan mengharuskan perusahaan memiliki rancangan identitas visual yang baik, salah satunya theField.

theField merupakan perusahaan milik Gregory Sugyono Widjaja, Henky Tjandra, dan Andry Leonard Je di bawah naungan PT Altofit Berkah Abadi. theField memiliki segmentasi usaha pada sektor olahraga dan *fashion*. Tidak hanya menyediakan berbagai macam peralatan dan perlengkapan olahraga, theField juga menjadi wadah para komunitas penggemar olahraga untuk bersosialisasi. theField melakukan kegiatan usaha di gerai luar *mall*. Pada pertengahan tahun 2024, theField akan menyelenggarakan *grand opening* untuk mengawali perjalanan bisnisnya.

theField akan memulai bisnisnya di kota-kota besar, seperti Tangerang Selatan, Cikarang, Bandung, Surabaya, Malang, dan lain-lain.

Gerai theField yang berada di kota-kota besar berakibat pada penetapan demografi konsumen yang sesuai dengan lokasi usaha, yaitu masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan cenderung memiliki tingkat mobilitas tinggi, sehingga gaya penggunaan peralatan olahraga dan intensitas melakukan olahraga yang berbeda dengan masyarakat bukan perkotaan. Oleh karena itu, theField memerlukan identitas visual yang sesuai dengan demografi konsumen masyarakat perkotaan.

Tidak hanya untuk berolahraga, masyarakat perkotaan juga seringkali menggunakan peralatan olahraga, seperti sepatu, jam tangan, dan lain-lain untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Dua perilaku tersebut dapat dijadikan dua sasaran audiens (*target audience*), yaitu penggemar olahraga akhir pekan (*weekend warriors*) dan kasual (*casual sportsters*). Kedua sasaran audiens tersebut dapat menjadi acuan penulis dalam merancang identitas visual theField.

Selama proses perancangan identitas visual theField berlangsung, penulis berkoordinasi kepada Bapak Fitorio Leksono dan Ibu Dyah Oetari selaku *project manager*. Sebelum memulai perancangan, penulis perlu melakukan perolehan data. Metode perolehan data yang diaplikasikan dalam perancangan ini, yaitu wawancara, observasi, dan literatur. Pada saat perancangan, penulis menggunakan metode perancangan *design thinking*. Penulis juga menggunakan Teori David E. Carter sebagai acuan merancang logo yang baik.

## **1.2 Rumusan & Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. theField memerlukan rancangan identitas visual yang dapat memvisualisasikan konsep olahraga dan *fashion*,
2. theField memerlukan rancangan identitas visual yang sesuai dengan perilaku penggemar olahraga akhir pekan dan kasual.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana menggabungkan konsep olahraga dan *fashion* dalam rancangan identitas visual theField?
2. Bagaimana merancang identitas visual theField berdasarkan perilaku penggemar olahraga akhir pekan dan kasual?

### 1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu:

- a. Menggabungkan konsep olahraga dan *fashion* dalam rancangan identitas visual theField,
- b. Menciptakan rancangan identitas visual yang sesuai dengan perilaku penggemar olahraga akhir pekan dan kasual,

### 1.4 Manfaat Tugas Akhir

#### 1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Perancangan identitas visual theField diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa desain komunikasi visual, baik untuk bahan pembelajaran atau penulisan tugas akhir yang membahas atau menggeluti bidang perancangan identitas visual.

#### 1.4.2 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Perancangan identitas visual theField diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bahan ajaran kepada mahasiswa/i.

#### 1.4.3 Manfaat Bagi Penulis

Perancangan identitas visual menjadi momentum penulis dalam mengaplikasikan keilmuan desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya.

#### 1.4.4 Manfaat Bagi Perusahaan

Perancangan identitas visual theField diharapkan dapat menjadi acuan atau panduan dasar segala keperluan desain perusahaan, serta dapat digunakan dengan baik dalam kurun waktu yang panjang.

#### 1.4.5 Manfaat Bagi Praktisi

Perancangan identitas visual theField diharapkan dapat menjadi penambah wawasan dan referensi dalam mengerjakan proyek perancangan identitas visual.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan ini dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, isi, dan akhir. Pembagian bab pada penulisan tugas akhir bertujuan untuk mempermudah proses pencarian informasi secara sistematis. Berikut merupakan pemaparan tiga bagian pada penulisan tugas akhir ini:

#### 1.5.1 Bagian Awal Tugas Akhir

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini berisikan tentang administratif tugas akhir, pengantar, struktur dan kisi-kisi penulisan. Bagian ini meliputi halaman judul, persetujuan dosen pembimbing tugas akhir, lembar pengesahan tugas akhir, surat pernyataan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran.

#### 1.5.2 Bagian Isi Tugas Akhir

Bagian isi merupakan bagian utama pada penulisan tugas akhir. Terdapat lima bab yang terdapat pada bagian ini, yaitu pendahuluan, tinjauan umum, metodologi desain, strategi kreatif, dan penutup. Lima bab tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan tahapan penulis mencari pokok permasalahan. Pokok permasalahan yang ditemukan dapat dijadikan latar belakang perancangan dan dasar tujuan perancangan. Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB 2: TINJAUAN UMUM

Tinjauan umum merupakan bagian pada penulisan yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema bahasan, yaitu perancangan identitas visual. Bab ini juga memaparkan teori-teori yang koheren dengan perancangan identitas visual sebagai teori dasar perancangan. Teori-teori yang digunakan pada penulisan ini, yaitu desain grafis, komunikasi, desain komunikasi visual, elemen-elemen desain, prinsip-prinsip desain, teori tata letak (*layout*), teori *design thinking*, identitas visual, logo, fungsi logo, teori David E. Carter, jenis-jenis logo, garis, warna, klasifikasi warna, jenis-jenis kombinasi warna, teori psikologi warna, dan tipografi.

c. BAB 3: METODOLOGI DESAIN

Metodologi desain merupakan bagian yang memaparkan tentang metode-metode yang digunakan pada perancangan ini. Perancangan identitas visual theField menggunakan metode *design thinking*. Tak hanya metode, bab ini juga menyajikan teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan pada perancangan ini.

Perolehan data tersebut dianalisis dengan empat teknik analisis data. Teknik analisis data yang dipaparkan pada bab ini, yaitu analisis *segmenting, targeting, dan positioning* (STP), analisis menggunakan strategi 5W+1H, analisis pesaing, dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunity, dan Treats* (SWOT). Bab ini memaparkan tentang rancangan penelitian, lokasi penelitian, jenis penelitian, teknik perolehan data, dan teknik analisis data.

d. BAB 4: STRATEGI KREATIF

Bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data yang diimplementasikan ke dalam perancangan dengan strategi-strategi kreatif. Strategi yang dijelaskan pada bab ini, yaitu strategi komunikasi, strategi media, strategi kreatif, strategi visual, dan strategi verbal. Bab ini memaparkan tentang konsep karya dan hasil karya.

e. BAB 5: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian pemaparan kesimpulan dari penelitian perancangan ini dan saran untuk penelitian perancangan identitas visual selanjutnya.

1.5.3 Bagian Akhir Tugas Akhir

Bagian ini merupakan bagian paling akhir pada perancangan ini. Bagian akhir meliputi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

