

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif digital dihadapkan pada beberapa kendala, diantaranya adalah tantangan pasar yaitu tantangan yang terkait dengan perilaku konsumen yang memiliki kemampuan memilih produk digital secara lebih selektif dan persaingan di antara pelaku usaha industri kreatif digital. Kunci utama untuk memenangkan persaingan pada industri dimana lingkungan persaingan sangat tinggi dan perilaku pasar yang selektif adalah melalui strategi inovasi. Industri kreatif digital dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam proses maupun produk sehingga memiliki keunikan yang membedakan produk yang dihasilkan dengan pesaingnya. [1]

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan sektor industri kreatif atau *creativepreneurship* di wilayah Tegal dan Jawa Tengah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini didorong oleh semakin banyaknya generasi muda yang mulai terlibat dalam dunia usaha berbasis kreativitas, baik dalam bentuk produk digital, konten visual, maupun layanan edukatif. Namun, meskipun potensi ini cukup besar, masih banyak pelaku *creativepreneur* yang belum memahami pentingnya pembangunan identitas merek yang kuat dan konsisten.

Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam era Revolusi Industri 5.0 yang menuntut integrasi antara teknologi

dan nilai kemanusiaan, kemampuan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens menjadi salah satu kunci utama dalam kesuksesan sebuah *brand*.

Identitas visual merupakan kumpulan elemen grafis dan visual yang merepresentasikan karakter suatu brand serta membedakannya dari brand lain. Perancangan identitas visual perlu menjadi perhatian utama karena berperan penting dalam membangun pengenalan dan perkembangan brand di tengah masyarakat. Dengan identitas visual yang baik, konsumen akan lebih mudah mengenali, mengingat, dan membedakan sebuah brand dari kompetitornya.[2]

EdukaSinau, merupakan salah satu perusahaan yang turut berperan dalam industri kreatif digital, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang Media Digital dan *Creativepreneurship*. Didirikan pada Oktober 2024, EdukaSinau adalah sebuah brand yang masih dalam tahap perintisan dan pengembangan awal. Sebagai entitas baru di industri kreatif, khususnya dalam bidang media digital dan *creativepreneur*, EdukaSinau tengah membangun pondasi identitasnya agar dapat dikenal luas oleh masyarakat, khususnya di wilayah Tegal dan Jawa Tengah.

EdukaSinau menyediakan layanan program pendidikan dan pelatihan di bidang *Digital Branding*, Marketing serta *Creativepreneurship* yang menitikberatkan pada penguasaan Kompetensi baik *Hardskill* maupun *Softskill*. platform pendidikan kreatif ini bertujuan membantu meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui empat (4) layanan utama yaitu: Edukasinau *Podcast*, Edukasinau *Business Class*, Edukasinau *Jenama Digital* dan Edukasinau *Founding*.

Platform EdukaSinau dirancang untuk menjawab kebutuhan generasi milenial dan Gen Z yang sesuai dengan dinamika perkembangan era digital. Masing-masing layanan memiliki karakteristik unik: EdukaSinau *Podcast* sebagai media obrolan edukatif anak muda; Edukasinau *Business Class* sebagai pelatihan branding dan kewirausahaan; EdukaSinau *Jenama Digital* sebagai penyedia layanan desain visual terintegrasi; dan EdukaSinau *Founding* sebagai dukungan finansial dan strategi bisnis.

Dengan berbagai tantangan dan peluang tersebut, perancangan identitas visual menjadi langkah strategis yang diperlukan untuk membangun dan memperkuat *brand awareness* EdukaSinau secara konsisten dan profesional di tengah kompetisi industri kreatif digital yang terus berkembang. Selain itu, identitas visual yang kuat dan mampu merepresentasikan kepribadian brand, sehingga memudahkan audiens dalam mengenali, memahami, dan mengingat EdukaSinau.

Peneliti melakukan riset dengan menyebarkan formulir digital (*Google Form*) yang terdiri dari 10 pertanyaan kepada 46 responden sebagai bagian dari pengumpulan data kualitatif. Selain itu, pendekatan kualitatif juga dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan dalam bentuk *sticky notes*

kepada pengunjung pameran Tugas Akhir. Dari kedua metode tersebut disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan respon positif terhadap pentingnya identitas visual dalam sebuah brand.

Hasil dari *Google Form* menunjukkan bahwa sebagian besar dari 46 responden menganggap identitas visual sangat berpengaruh terhadap persepsi mereka terhadap suatu brand, baik dari segi profesionalisme maupun daya tarik. Sementara itu, tanggapan melalui *sticky notes* yang dikumpulkan secara langsung selama pameran menunjukkan bahwa pengunjung lebih mudah mengenali dan mengingat brand yang memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten.

Dengan demikian, dikarenakan EdukaSinau masih dalam tahap perintisan dan pengembangan awal, maka melalui tugas akhir berjudul "**Perancangan Identitas Visual EdukaSinau untuk Membangun *Brand Awareness***", diharapkan dapat dihasilkan sebuah panduan yang jelas dalam pengelolaan identitas visual perusahaan serta mampu membangun *brand awareness* yang kuat, khususnya di kalangan masyarakat Tegal dan Jawa Tengah sebagai target utama. Perancangan ini juga diharapkan menjadi strategi awal dalam mengenalkan EdukaSinau secara lebih luas melalui identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali oleh audiens.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijabarkan dapat ditarik kesimpulan identifikasi masalahnya yaitu:

- 1.2.1. EdukaSinau belum memiliki strategi desain identitas visual yang kuat dan terintegrasi untuk menarik perhatian audiens secara luas.
- 1.2.2. Kurangnya strategi *brand awareness* membuat EdukaSinau belum memiliki pedoman yang jelas dalam menjaga konsistensi brandingnya.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian sebagai Tugas Akhir adalah berfokus pada perancangan identitas visual EdukaSinau yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* di kalangan audiens muda. Ruang lingkup perancangan meliputi elemen-elemen visual utama seperti logo utama dan empat logo turunan, sistem warna, tipografi, dan elemen grafis pendukung. Seluruh elemen tersebut dikompilasi dalam bentuk *brand guidelines* sebagai panduan visual dan mencakup penerapan identitas visual ke dalam media pendukung, seperti *stationery* dan *seminar kits*, guna memastikan implementasi branding yang seragam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi bahasan dalam proyek Tugas Akhir ini adalah bagaimana cara merancang *brand guidelines* yang mencakup

elemen visual yang konsisten dan dapat berfungsi sebagai pedoman dalam pengelolaan identitas visual EdukaSinau?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini sebagai proyek Tugas Akhir adalah merancang *brand guidelines* yang terstruktur dengan baik, yang dapat berfungsi sebagai pedoman dalam menjaga konsistensi pengelolaan identitas visual EdukaSinau.

1.6 Manfaat Perancangan

Dalam perancangan untuk Tugas Akhir tentunya memiliki beberapa manfaat, Adapun manfaat yang diharapkan antara lain:

1.6.1. Mahasiswa (Peneliti)

Perancangan proyek Tugas Akhir ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan teknis dan kreativitas di dunia desain grafis. Melatih kemampuan menganalisis dan memecahkan masalah yang kompleks, serta menambah wawasan dan skill dalam perancangan desain identitas visual yang kuat dan relevan.

1.6.2. Masyarakat (Segmentasi / Target Sasaran)

Proyek Tugas Akhir ini di harapkan mampu membantu Generasi milenial dan Gen Z untuk mendapatkan platform edukasi yang lebih menarik, interaktif, dan relevan sesuai dengan kebutuhan mereka.

1.6.3. Hasil produk terkait EdukaSinau

1.6.3.1 Perancangan brand guidelines yang matang memberikan EdukaSinau keunggulan dalam membangun citra brand.

1.6.3.2 Menjadikan *Brand Guidelines* sebagai pedoman dari identitas visual yang terstruktur dengan jelas dan memudahkan dalam menerapkan branding secara konsisten di berbagai platform dan media.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir Berjudul “**Perancangan Identitas Visual EdukaSinau untuk Membangun *Brand Awareness* ”** adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab ini mencakup latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini terdiri dari Tinjauan Pustaka yang berisi teori-teori mencakup penelitian sejenis, landasan teori.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Pada bagian ini, dijelaskan waktu dan lokasi penelitian, alat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka berpikir yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan dan Desain Visual Bab ini membahas objek penelitian, konsep dasar perancangan, proses perancangan, dan hasil perancangan yang telah dicapai.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran sebagai rangkuman dari penelitian ini. Pada bagian akhir, terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran untuk mendukung dan melengkapi penulisan.