

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang kian berkembang pesat, komunikasi bisnis tidak hanya mengandalkan promosi verbal semata, melainkan juga perlunya media komunikasi yang terstruktur, informatif, dan menarik untuk mendukung penyampaian informasi produk dan penawaran secara efektif. Media komunikasi visual menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran dan *branding*, yang mampu memperkuat citra serta meningkatkan daya tarik sebuah *brand* di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Putri & Nugroho, 2021). Salah satu media komunikasi yang sedang berkembang dan efektif digunakan adalah *business kit*, yaitu sekumpulan materi promosi yang dirancang untuk memberikan gambaran lengkap dan profesional tentang suatu bisnis kepada calon pelanggan maupun mitra. [1]

Kehadiran *business kit* memudahkan perusahaan dalam menyampaikan informasi secara sistematis dan konsisten, mulai dari profil perusahaan, produk dan layanan, nilai tambah, hingga kontak yang dapat dihubungi. Hal ini sangat penting terutama bagi *brand* yang baru berkembang, agar informasi yang diterima audiens tetap akurat dan menarik (Wijaya et al., 2022). Menurut Sutanto dan Puspitasari (2020), *business kit* yang didesain secara kreatif dan informatif dapat meningkatkan efektivitas

komunikasi pemasaran dan memperkuat kesan profesionalisme perusahaan dalam menghadapi konsumen atau mitra bisnis. [2] [3]

Dalam konteks ini, EdukaSinau hadir sebagai *brand* yang bergerak di bidang edukasi dan pembelajaran nonformal. Didirikan pada Oktober 2024, EdukaSinau bertujuan menjadi wadah bagi generasi muda dan masyarakat umum untuk mengakses pendidikan kreatif, pengembangan diri, serta layanan digital *branding* yang relevan dengan kebutuhan era saat ini. Bidang usaha yang dijalankan meliputi layanan edukasi melalui kelas bisnis dan pengembangan personal, produksi konten edukatif seperti podcast, jasa *branding* digital melalui *creative agency*, penyediaan *merchandise* EdukaSinau (EduMerch), serta penyelenggaraan seminar dan *workshop*.

Brand ini menyasar segmen pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum yang tertarik pada pengembangan diri dan pendidikan berbasis digital maupun komunitas. EdukaSinau memiliki beragam program dan layanan kreatif yang mendukung misi edukatifnya. Namun, meskipun potensinya besar, EdukaSinau belum memiliki media komunikasi dalam bentuk *business kit* yang mampu mengintegrasikan semua informasi kedalam satu paket yang mudah dipahami serta menarik untuk disampaikan kepada target pasar, yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum.

Ketiadaan media *business kit* ini menjadi kendala dalam proses promosi dan penawaran layanan, sehingga mengakibatkan kurang

optimalnya penyebaran informasi dan minimnya respon dari calon pengguna serta mitra bisnis. Dalam studi oleh Larasati dan Hidayat (2023), disebutkan bahwa perancangan media promosi digital maupun cetak yang terintegrasi, seperti *business kit*, sangat membantu usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan awareness dan memperluas jaringan bisnis secara signifikan. Media yang kurang terstruktur dan kurang menarik juga berdampak negatif pada persepsi kepercayaan konsumen terhadap *brand* (Sari & Handayani, 2021). [4] [5]

Sejalan dengan pemahaman itu, menurut Laudon, K. C., & Laudon, J. P., (2020), informasi yang dirancang dan disampaikan secara efektif melalui media komunikasi visual berperan penting dalam membentuk pemahaman audiens terhadap identitas dan tawaran bisnis. Oleh karena itu, perancangan *business kit* yang menyajikan informasi pengenalan dan penawaran secara terpadu dapat menjadi solusi strategis untuk EdukaSinau. [6]

Berdasarkan hal tersebut, tugas akhir ini yang berjudul **“PERANCANGAN BUSINESS KIT SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PENAWARAN PADA BRAND EDUKASINAU”** bertujuan untuk merancang sebuah *business kit* yang berfungsi sebagai media komunikasi visual yang mampu menggabungkan seluruh elemen informasi, nilai *brand*, dan penawaran layanan secara profesional dan menarik. *Business Kit* ini tidak hanya mencakup *company profile*, tetapi juga meliputi proposal

penawaran, draft MoU, dan media digital interaktif seperti Linktree. Semua komponen ini dirancang untuk memperkenalkan *brand*, mendukung proses kerja sama secara visual, informatif, dan menarik, meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran serta memperkuat posisi EdukaSinau di pasar edukasi digital yang kompetitif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi:

1. EdukaSinau belum memiliki *business kit* yang dapat menyatukan seluruh informasi penting mengenai *brand*, profil, layanan, dan penawaran dalam satu paket yang konsisten dan mudah dipahami.
2. Ketiadaan media promosi yang terintegrasi menyebabkan informasi terkait layanan, keunggulan, dan program EdukaSinau tidak tersampaikan secara efektif kepada target audiens.
3. Tidak adanya media informasi tentang EdukaSinau yang belum dikemas dalam format yang mudah diakses baik secara fisik maupun digital, sehingga distribusi ke calon pelanggan maupun mitra menjadi terbatas.

1.3 Batasan Masalah

Agar perancangan lebih terfokus dan efektif, maka batasan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Lingkup penelitian hanya mencakup perancangan *business kit* berupa *company profile*, proposal layanan, *draft MoU*, dan media Linktree sebagai media informasi dan penawaran, bukan pada media komunikasi lain seperti website, aplikasi mobile, atau media sosial.
2. Konten *business kit* hanya memuat data dan informasi yang relevan dengan kegiatan promosi, pengenalan layanan, profil perusahaan, kontak, dan keunggulan utama EdukaSinau.
3. Tidak membahas strategi pemasaran secara menyeluruh, hanya terbatas pada aspek visual dan penyampaian informasi dalam perancangan *business kit*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, rumusan masalah yang akan dijawab dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang *business kit* sebagai media informasi dan penawaran yang mampu memperkenalkan *brand* EdukaSinau secara informatif dan menarik?

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk:

1. Merancang *business kit* yang dapat menyajikan informasi *brand* EdukaSinau secara lengkap dan menarik.
2. Membuat media penawaran yang efektif untuk meningkatkan ketertarikan calon pelanggan terhadap layanan EdukaSinau.

3. Mengintegrasikan elemen-elemen komunikasi visual yang sesuai untuk mendukung *branding* EdukaSinau.

1.6 Manfaat Perancangan

A. Bagi Mahasiswa

1. Menambah pengalaman dalam proses perancangan *business kit* secara profesional.
2. Meningkatkan kemampuan dalam menerapkan teori desain komunikasi visual dalam proyek nyata.
3. Meningkatkan *soft skill* seperti *problem solving* dan keterampilan komunikasi serta menambah portofolio yang bermanfaat untuk pengembangan karier di bidang desain komunikasi visual.

B. Bagi Audiens (Target Konsumen EdukaSinau)

1. Dengan informasi yang lebih terorganisir dan komunikatif, memudahkan untuk memahami manfaat mengikuti program edukasi, kelas pengembangan diri, atau layanan *branding* digital yang relevan dengan kebutuhan era digital.
2. *Business kit* yang tersedia dalam versi cetak dan digital memberi keleluasaan bagi audiens untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja, sesuai kebiasaan konsumsi informasi masa kini.
3. Menjadi referensi visual yang jelas dan menarik untuk mengenali manfaat dari layanan edukasi yang disediakan.

C. Hasil Produk Terkait EdukaSinau

1. Perancangan *business kit* secara visual dan informatif membantu EdukaSinau tampil lebih profesional di mata audiens maupun mitra bisnis. Hal ini sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kesan pertama yang kuat terhadap *brand*.
2. Menjadikan *Business Kit* yang mencakup *company profile*, proposal penawaran, draft MoU, dan media digital interaktif seperti Linktree dapat digunakan dalam *pitching*, presentasi bisnis, atau penawaran kerja sama secara langsung maupun daring, menjadikan *brand* lebih siap dan kredibel dalam berkomunikasi dengan pihak luar.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, serta manfaat perancangan. Fokus pada perancangan *business kit* informatif yang berfungsi sebagai media informasi dan penawaran *brand* EdukaSinau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori dan literatur yang relevan, mencakup teori desain komunikasi visual, media informasi dan promosi, visual, fungsi *business kit* dan visual *branding*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan jenis penelitian, metode pengumpulan data (studi literatur, wawancara, observasi), proses perancangan, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil perancangan *business kit*, analisis efektivitasnya dalam meningkatkan kepercayaan audiens melalui informasi layanan dan penawaran serta evaluasi terhadap hasil perancangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian dan rekomendasi untuk pengembangan media promosi interaktif yang lebih baik di masa depan.