



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, saat ini bisnis *startup e-commerce* dengan konsep *online marketplace* sedang berkembang pesat. Banyak bermunculan *marketplace – marketplace* online baik yang umum menjual berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari maupun yang bergerak pada segmentasi tertentu. Salah satu *startup marketplace* yang turut ambil bagian adalah Marketplays. Marketplays merupakan sebuah *E-marketplace* untuk berbagai produk yang lahir dari kreativitas generasi muda Indonesia yang berfokus kepada *classic craftsmanship* dan *urban lifestyle* seperti *leather goods, denim,* dan lain sebagainya (<https://marketplays.id/pages/tentang-marketplays> diakses pada tanggal 27 Februari 2017). Hingga saat ini, sudah lebih dari 200 merek lokal Indonesia dengan 700 produk yang tersedia di Marketplays. (<http://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/marketplays-siap-bertarung-di-keriuhan> diakses pada tanggal 27 Februari 2017).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Christina Rusli selaku *Chief Executive Officer* dari Marketplays, Marketplays ingin menjadi sebuah *e-commerce* yang merupakan tujuan pertama anak – anak muda Indonesia (berusia 20 – 36 tahun) ketika mencari barang – barang *classic craftsmanship* dan *urban lifestyle* khususnya *Leather Goods* yang berasal dari brand – brand lokal Indonesia dengan kualitas yang dapat bersaing dengan brand – brand luar negeri.

Namun, setelah penulis melakukan survei dengan media *google forms* dan diikuti oleh 50 orang peserta pada tanggal 12 Maret 2017. Didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa 38 orang yang belum mengetahui tentang Marketplays sebelumnya menganggap logo Marketplays saat ini belum mampu merepresentasikan Marketplays sebagai sebuah *marketplace* yang menjual produk – produk *classic craftsmanship* dan *urban lifestyle* dari brand – brand lokal Indonesia. Dibuktikan juga dengan masih banyaknya orang-orang yang salah mengidentifikasi Marketplays sebagai sebuah *online Marketplace* yang menjual produk-produk kerajinan dari brand-brand lokal Indonesia.

Selain itu, berdasarkan observasi yang penulis lakukan dengan melihat beberapa media promosi yang pernah dibuat oleh Marketplays, belum terdapat sebuah konsistensi dalam hal *layouting*, pewarnaan, penggunaan font dan penggunaan elemen – elemen khusus lainnya yang menjadi karakteristik Marketplays untuk membedakannya dengan para pesaingnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis ingin melakukan sebuah perancangan ulang terhadap identitas visual Marketplays. Sehingga Marketplays memiliki sebuah citra baru yang mampu menyampaikan visi, misi serta *value* yang dimilikinya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang ulang identitas visual Marketplays?

### 1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada perancangan logo, identitas visual dan buku *Graphic Standard Manual (GSM) Marketplays*.
2. Penulis membuat penerapan identitas visual Marketplays yang meliputi stasioneri, layout website, supergrafis dan aspek visual lainnya yang dibutuhkan.
3. Target yang menjadi fokus adalah anak – anak muda Indonesia baik laki – laki maupun perempuan berusia 20 – 36 tahun dengan kelas ekonomi menengah ke atas sesuai dengan target *market* yang ditargetkan Marketplays.
4. Psikologisnya, memiliki gaya hidup urban dan memiliki apresiasi terhadap karya – karya lokal Indonesia.
5. Marketplays menjadi *marketplace* pilihan pertama bagi orang – orang yang mencari produk – produk *classic craftsmanship* dan *urban lifestyle* yang berasal dari brand – brand lokal Indonesia

### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang identitas visual Marketplays.

### 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, penulis dapat mengetahui secara lebih dalam mengenai perancangan identitas visual yang baik dan tepat untuk membuat sebuah brand mampu untuk menyampaikan citra yang diinginkannya.

Bagi Universitas dan Mahasiswa Lain

Semoga penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti – peneliti selanjutnya yang mengangkat penelitian yang sejenis.

Bagi Marketplays

Melalui penelitian ini, diharapkan Marketplays mendapatkan sebuah identitas visual baru yang dapat merepresentasikan citra dan *value* yang diinginkan.



UMN