

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mewabahnya virus Covid-19 di Indonesia mewajibkan keseluruhan masyarakat untuk melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani yang dilansir pada situs cnnindonesia.com, kebijakan PSBB memukul sistem keuangan dan pertahanan ekonomi negara. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan perekonomian masyarakat di berbagai sektor terdampak oleh pandemi. Menurut salah satu Anggota DPR RI H. Dede Yusuf Macan Effendi yang dilansir pada galamedia.pikiran-rakyat.com, sektor pariwisata merupakan sektor yang paling terdampak oleh pandemi Covid-19 dan secara ekonomi terpuruk. Sektor pariwisata meliputi berbagai tempat rekreasi dan wisata, penginapan, restoran, hingga transportasi.

PT. Suryaputra Anugerah merupakan salah satu perusahaan di sektor transportasi pariwisata yang telah berdiri sejak tahun 1996. PT. Suryaputra Anugerah juga telah mendapatkan berbagai penghargaan dari pemerintah seperti piagam penghargaan kategori perusahaan angkutan umum dengan pelayanan terbaik pada tahun 2003, piagam penghargaan atas dukungan terhadap upaya percepatan penanganan dan pencegahan Covid-19 di Jawa Barat, dan telah memiliki sertifikat ISO (*certification services*). Namun, PT. Suryaputra Anugerah pun tidak luput dari dampak pandemi Covid-19.

Hingga saat ini, sektor pariwisata telah kembali dibuka oleh pemerintah dengan beberapa persyaratan regulasi operasional. Namun, menurut wawancara

yang telah dilaksanakan dengan Ibu Bunga selaku salah satu staff *marketing* PT. Suryaputra Anugerah, belum ada peningkatan *sales* meskipun sektor pariwisata telah kembali dibuka. Dalam upaya bertahan dan beradaptasi dengan situasi yang ada, PT. Suryaputra Anugerah berinisiasi untuk membuat program layanan baru bernama The Original Tour. Konsep dasar dari program tersebut adalah Bandung *thematic city tour* sambil menikmati beberapa konsumsi seperti kopi ataupun makanan ringan.

Sebelum memperkenalkan The Original Tour ke masyarakat luas, dibutuhkan identitas visual sebagai “wajah” bagi program The Original Tour. Menurut Robin Landa (2014) dalam buku *Graphic Design Solutions: Fifth Edition*, identitas visual memiliki beberapa fungsi utama yaitu mengidentifikasi, membedakan, dan membangun keberadaan dari posisi brand tersebut di pasar. Selain itu, identitas visual juga berfungsi untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen pada merek. Identitas visual dinilai dibutuhkan karena adanya perbedaan antara jasa dan target market dari PT. Suryaputra Anugerah dengan program The Original Tour yang saat ini dirintis.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

Bagaimana cara merancang identitas visual program The Original Tour oleh PT. Suryaputra Anugerah Bandung yang disegmentasikan untuk anak muda?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Segmentasi Demografis
 - i. Gender : Pria & Wanita
 - ii. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa
 - iii. SES : B – A (Middle Up – Elite)
 - iv. Usia : 17 - 25 tahun (remaja akhir)
 - v. Pendidikan : tamat SMA, S1
2. Segmentasi Geografis
 - i. Wilayah : Kota Bandung
3. Segmentasi Psikografis
 - i. Masyarakat yang jenuh berada di rumah, suka berwisata atau berekreasi.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang hendak dicapai dari tugas akhir ini adalah untuk mengetahui cara merancang identitas visual bagi The Original Tour oleh PT. Suryaputra Anugerah.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat yakni:

1. Bagi Penulis
Perancangan tugas akhir sebagai pengalaman pembelajaran dan penerapan teori mengenai perancangan identitas visual yang sebelumnya pernah di pelajari pada mata kuliah Visual Communication Design 3 terhadap perusahaan di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Perancangan tugas akhir diharapkan mampu menjadi salah satu aspek yang membantu dan mendukung meningkatnya pendapatan PT. Suryaputra Anugerah.

3. Bagi Universitas

Laporan perancangan tugas akhir diharapkan mampu menjadi sumber informasi yang kredibel dan sebagai referensi perancangan identitas visual khususnya dalam mata kuliah Visual Communication Design 3 bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.