

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Percetakan merupakan suatu keahlian yang dimiliki beberapa orang dalam membuat salinan dari tulisan maupun gambar melalui sebuah media permukaan datar yang dimana melakukan proses menggunakan mesin cetak (Wirananta, 2022). Kebutuhan masyarakat pada percetakan dan cetak mencetak sudah mendorong pertumbuhan dan perkembangan dari bisnis percetakan, tidak hanya di kota besar saja, namun di daerah lain sudah banyak bermunculan usaha percetakan yang dimana adanya kebutuhan cetak mencetak dari masyarakat (Percetakanku.co.id, 2022). Terdapat beberapa percetakan yang ada di Indonesia, khususnya di Tangerang, yakni CV. Ferio Printing.

Ferio Printing atau CV. Ferio Printing adalah sebuah unit usaha yang bergerak di bidang percetakan *offset* dan *digital* yang berdiri sejak Agustus 2010, 12 tahun berdirinya Ferio Printing telah melalui perjalanan usaha yang tidak mudah. Ferio Printing mempunyai layanan cetak seperti *continuous form*, Kop Surat, Buku, Amplop, Kartu nama, Nota, kalender, Brosur, dan sebagainya, serta memiliki layanan cetak yang unggulan yang dimiliki Ferio printing adalah *continuous form*. yang dimana *Continuous Form* sendiri merupakan kertas dengan tipe *continuous* atau bersambung. Di tepi kiri dan kanan kertas terdapat lubang-lubang yang dimana berguna untuk Faktur, Bukti keluar masuk penjualan, slip gaji, dll. kertas tersebut biasanya disimpan pada binder, folder (jayaprint.id, 2021). Percetakan ini memiliki kelebihan yang mampu memuaskan konsumen dengan *Fullservice* seperti layanan kirim gratis sejabodetabek, kualitas cetak tinggi, harga paling murah diantara kompetitor, pembayaran tempo dan mampu *Request order* / permintaan cetak dengan pengerjaan cepat.

Seiring perjalanan usaha, Ferio Printing memiliki konsumen dan produksi untuk melanjutkan kelangsungan bisnis, Berdasarkan wawancara yang diperoleh

penulis, konsumen Ferio Printing terdapat dua jenis konsumen, yakni konsumen lama dan konsumen baru. Konsumen lama merupakan konsumen yang loyal dan rutin memesan kepada Ferio Printing, Sedangkan untuk konsumen baru yang menjadi nilai kuantitas dalam jumlah peningkatan konsumen. Terdapat jumlah konsumen yang meningkat dari tahun ke tahun, namun peningkatan tersebut tidak signifikan, dan masih bisa dihitung jumlah dari setiap per bulannya. Dalam perkembangan produksi menurut hasil wawancara, bahwa produksi Ferio Printing yakni mendatar dan terkadang meningkat bila tingginya permintaan dari konsumen lama. dan berdasarkan wawancara, Konsumen hanya mengetahui ferio printing sebagai percetakan continuous form, padahal terdapat layanan cetak selain continuous form seperti Kop Surat, Buku, Amplop, Kartu nama, Nota, kalender, Brosur, dan sebagainya. Dengan adanya masalah tersebut ferio printing mengandalkan continuous form sebagai layanan cetak unggulan.

Ferio Printing memiliki layanan cetak yang memiliki kualitas baik dan harga termurah selain *continuous form*, namun sebagian besar konsumen hanyalah mengetahui ferio printing sebagai percetakan *continuous form*, terlihat di spanduk lokasi usaha hanya tertera nama usaha dan layanan *continuous form supplier* yang menjadi minimnya kesadaran konsumen tentang layanan dari Ferio Printing. Hal ini didukung dengan data bahwa 76,9% masyarakat merasa tidak mengetahui persis layanan dan jasa yang dilakukan oleh Ferio printing. Dan dengan hal tersebut, dibuktikan dengan volume produksi mesin *offset* toko yang jarang terjadi aktivitas produksi mengenai produk lainnya seperti Kop surat, buku dan sebagainya, Dan hanyalah mesin *offset continuous form* yang sering memproduksi. Hal yang terjadi pada Ferio Printing dikarenakan ketidaktahuan konsumen dalam mengetahui layanan cetak Ferio Printing. Dibuktikan juga dengan data kuesioner bahwa 62,5% masyarakat tidak mengetahui percetakan Ferio Printing.

Dalam upaya identitas visual seperti logo dan supergrafis, ferio printing sudah memiliki identitas visual, namun dengan usia yang cukup lama, yakni sejak tahun 2007. berdasarkan wawancara, logo tersebut sebelumnya diterapkan pada

usaha rental mobil dengan nama yang sama, dan rental tersebut kemudian mengalami bangkrut pada tahun 2008. dan pada tahun 2010 kemudian berdiri kembali ferio dengan usaha percetakan, yakni ferio printing. dan pada logo ferio printing masih menggunakan logo usaha rental mobil.

Jika masalah tersebut diabaikan, maka konsumen Ferio Printing hanya akan menetap di arah yang sama, dan sulit untuk mengalami peningkatan konsumen yang signifikan. Terutama dalam merubah identitas perusahaan sebagai percetakan offset dan digital yang tidak hanya melakukan cetak continuous form, melainkan layanan cetak lain yang memiliki kelebihan serta keunggulan. Ini dikarenakan *brand recognition* ferio printing sebagai percetakan continuous form saja yang selama ini hanya diketahui, menurut Wheeler (2018) sebuah identitas merek merupakan hal dapat yang dapat meningkatkan rasa pengenalan melalui indra manusia, bila identitas tidak kuat maka akan memengaruhi persepsi masyarakat akan percetakan tersebut dan sulit bagi Ferio printing dalam memperluas pasar dan layanan cetak selain *continuous form* mereka ke depannya. Serta konsumen hanya akan menetap di arah yang sama, dan tidak akan mengalami peningkatan konsumen yang signifikan.

Maka dengan adanya permasalahan dari tersebut, penulis akan melaksanakan perancangan ulang identitas visual dari Ferio printing dalam memperbaharui identitas dari perusahaan yang sebelumnya dikenal hanya sebagai percetakan continuous form dan menguatkan *branding* terhadap Ferio Printing yang dimana tidak hanya melayani cetak continuous form saja, namun terdapat layanan cetak lain yang dapat meluaskan usaha agar dikenal di mata konsumen dan meluaskan kehadiran dari Ferio Printing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan berdasarkan masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian adalah

Bagaimana perancangan ulang identitas visual Ferio Printing dalam menguatkan *brand recognition* dari Unit usaha dalam menguatkan esensi merek sebagai percetakan yang berkualitas dan murah?

1.3 Batasan Masalah

- 1) Demografis
 - a) Jenis Kelamin : Pria & Wanita
 - b) Usia : 25 – 55 Tahun
 - c) Kelas Ekonomi : SES A-B
- 2) Geografis
 - a) Primer : Tangerang.
 - b) Sekunder : Jabodebek, Cikarang, Karawang, Cikampek.
- 3) Psikografis
 - Perusahaan besar, *Reseller* dan Konsumen yang menginginkan sebuah percetakan yang berkualitas, murah.
 - Menginginkan sebuah layanan yang responsif dan cepat.
 - Selalu memberikan respon baik dan positif terhadap suatu produk dan layanan.
- 4) Behaviour
 - Masyarakat yang tidak mengetahui ferio printing.
 - Masyarakat yang sudah mengetahui ferio Printing.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan pada rumusan masalah, perancangan ini ditujukan untuk merancang ulang identitas visual dari Ferio Printing dalam menguatkan *brand recognition* yang tidak hanya sebagai percetakan *continuous form* saja guna meningkatkan produktivitas usaha dan menguatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Ferio Printing sebagai percetakan yang memiliki kualitas, tercepat dan murah.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh dari Perancangan ini yakni :dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1) **Bagi Penulis**

Manfaat yang penulis peroleh dari perancangan Tugas Akhir ini adalah menguatkan dan meningkatkan wawasan serta kekuatan dalam melakukan perancangan identitas visual pada karya tulis ilmiah berdasarkan ilmu, materi dan pengajaran yang didapatkan selama periode perkuliahan.

2) **Bagi Ferio Printing**

Manfaat perancangan Tugas Akhir ini untuk Ferio Printing adalah Hasil Riset dan promosi dari perancangan Tugas Akhir ini dapat digunakan dan dikembangkan lagi sehingga dapat meningkatkan benak masyarakat mengenai kualitas dan harga layanan cetak, sehingga percetakan ini bisa meningkatkan produktivitas yang lebih baik dari sebelumnya.

3) **Bagi Universitas**

Manfaat Perancangan ini bagi universitas adalah hasil yang telah dilaksanakan ini dapat dan bisa dijadikan referensi dalam bidang desain grafis pada identitas visual untuk Ferio Printing dan pelaku bisnis percetakan lainnya yang diperlukan secara efektif dengan tujuan yang diharapkan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA