

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia perekonomian, negara Indonesia memiliki kemajuan industri karena tingginya minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Berdasarkan data yang didapatkan dari goodstats.id (2023), terdapat 19,48% pemuda yang menjadi seorang wirausaha pada tahun 2022. Angka tersebut merupakan total persentase yang telah meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 1,02% dari 18,46%. Wirausaha adalah orang atau pelaku usaha yang dapat menghasilkan produk dan cara memproduksinya dalam melakukan kegiatan jual beli untuk menghasilkan modal. Menurut Timmons dan Spinelli (2004) dalam Aprillianty (2012), kewirausahaan merupakan suatu cara berpikir, menelaah, dan bertindak yang didasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, dan kepemimpinan yang seimbang. Dengan kemunculan seorang kewirausahaan atau *entrepreneur*, maka tingkat pengangguran menurun dan permasalahan yang dialami pelanggan akan perlahan makin berkurang.

HJ Collectables merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai jenis *merchandise* dari acara hiburan (Anime/Manga/Vtuber/K-pop/Game) yang hadir hingga sampai saat ini maupun masa yang akan mendatang. Dalam proses pembuatannya, produk menggunakan gaya desain dari masing-masing artis yang bekerja di HJ Collectables dalam menghasilkan produknya. Kotler (2012) mengatakan bahwa *brand* merupakan sebuah nama, simbol, istilah, tanda, atau desain yang digunakan untuk mengidentifikasi produk serta membedakan produk dari para pesaing. Sedangkan menurut Wheeler (2018), *brand* adalah sesuatu yang dibentuk oleh perusahaan atau organisasi yang digunakan untuk memberikan kesan emosional kepada audiens. Kesan yang kuat akan membuat orang-orang sadar terhadap kehadiran *brand* dan menciptakan kepercayaan atau loyalitas pada diri mereka. Dari pernyataan tersebut, maka *brand* merupakan faktor penting untuk

memperkenalkan sebuah bisnis yang digunakan sebagai bentuk identitas dalam meningkatkan awereness dan melindungi usaha.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari hasil wawancara pendiri bisnis HJ Collectables dan ahli *branding*, HJ Collectables sebagai usaha yang masih baru tidak memiliki *brand* yang kuat karena tampilan visual yang dimiliki belum memiliki desain yang mendukung *brand*, logo tidak sesuai dengan bidang usaha, dan pengaplikasian logo belum memiliki kesatuan dengan media-media promosi. Hasil pernyataan tersebut didukung juga dari hasil kuesioner yang sebanyak 60% responden yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wirausahawan menjawab bahwa desain identitas menggambarkan bidang *homedecor*, jasa desain, *gaming*, dan *fashion*. Penulis juga setuju dari perkataan tersebut karena desain identitas belum memiliki proporsi struktur yang baik dan belum memiliki warna maupun jenis *typeface* tetap untuk mewakili identitas *brand*. Dengan visualisasi identitas yang belum terbentuk sepenuhnya dan tidak dapat menyampaikan visi misi usaha, maka audiens tidak akan mudah untuk mengenali *brand*. Hal tersebut juga menyebabkan kesalahan persepsi pada *brand* HJ Collectables, sehingga usaha tidak dapat meraih keuntungan yang disasar dan tidak akan mudah untuk menjalin hubungan dengan konsumen.

Menurut Wheeler (2018), sebuah identitas visual dapat menarik indra audiens, dimana hadir secara nyata yang dapat dilihat, disentuh, maupun dirasakan. Dengan dibentuknya identitas visual yang kuat, maka *brand* dapat dibedakan atau dibandingkan dengan kompetitor lain dan dapat mudah diingat oleh target audiens. Oleh sebab itu, penulis akan melakukan perancangan ulang identitas visual HJ Collectables agar dapat meningkatkan kesadaran atau keberadaan merek HJ Collectables di kalangan remaja hingga dewasa muda, dapat menarik perhatian mereka dari kesan yang ingin disampaikan, dan meningkatkan kepercayaan mereka untuk membeli produk *merchandise* penulis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut. Bagaimana perancangan ulang identitas visual

HJ Collectables untuk menarik perhatian remaja hingga dewasa muda terhadap *brand*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan penulis dalam perancangan identitas visual HJ Collectables adalah sebagai berikut.

1. Demografis

a. Primer: 12 – 21 tahun (remaja)

Target utama yang disasar HJ Collectables adalah remaja, dimana berdasarkan Monks (2020) rentang usia remaja adalah 12-21 tahun.

b. Sekunder: 22 – 35 tahun (dewasa muda)

Untuk target sekunder, HJ Collectables menargetkan dewasa dengan rentang usia berikut ini. Menurut Depkes (2009), usia dewasa awal adalah 25 – 35 tahun. Penulis mulai dari umur 22 tahun karena umur tersebut adalah lanjutan dari umur target primer yang telah ditentukan sebelumnya.

c. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan

d. Pendidikan: pelajar dan mahasiswa

e. Kelas ekonomi: SES C - SES B (Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000)

f. Status pernikahan: menikah dan belum menikah

2. Geografis

a. Negara: Indonesia

b. Wilayah: Jabodetabek

Target lokasi yang disasar adalah wilayah Jabodetabek karena usaha berjalan secara online.

3. Psikografis

a. Orang-orang yang menyukai produk atau pernah pernah dari acara hiburan (Anime/Manga/Vtuber/Kpop/Game).

b. Orang-orang yang tertarik dengan produk *merchandise* dengan desain unik dan lucu.

c. Orang-orang yang suka membeli atau mengoleksi *merchandise*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penelitian adalah merancang ulang identitas visual HJ Collectables untuk menarik perhatian remaja hingga dewasa muda terhadap usaha.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat dari perancangan tugas akhir yang telah dilaksanakan penulis, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Pelaksanaan perancangan tugas akhir ini bermanfaat untuk mendapatkan ilmu yang lebih dalam tentang identitas visual sehingga pengetahuan tersebut bisa digunakan lagi pada masa yang akan datang. Selain itu, perancangan ini dapat memberikan pengalaman bagi penulis dalam melakukan perancangan laporan, pengumpulan riset, dan strategi media berdasarkan topik yang ditentukan.

2. Bagi HJ Collectables

Tugas akhir ini bermanfaat untuk mendapatkan solusi dari permasalahan desain identitas HJ Collectables. Dengan menciptakan desain yang dapat menggambarkan bidang usaha dan pesan yang ingin disampaikan, maka keberadaan brand akan mudah diingat oleh target audiens dan tidak menciptakan kesalahan persepsi.

3. Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir berikut ini dapat menjadi sebuah referensi bagi para mahasiswa yang sedang membutuhkan informasi tentang identitas visual atau yang sedang mencari data-data yang diperlukan untuk laporan yang akan dikerjakan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A