BAB I

PENDAHULUAN

I. 1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia desain semakin berkembang pesat seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan kesadaran akan berkomunikasi. Munculnya desain komunikasi visual, maka akan semakin kreatif dalam menangkap minat dan keinginan masyarakat yang membutuhkan informasi. Menciptakan sebuah hasil desain, seorang desainer dituntut untuk mengerti akan citra apa yang pelanggan jual, siapa target mereka, bagaimana kultur pelanggan dan apa yang membuat pelanggan membeli citra tersebut. Jasa desainer sangat diperlukan saat ini, karena desain harus memiliki arah dan tujuan yang jelas sesuai dengan ilmunya, maka diperlukan pembelajaran seni, budaya dan pandangan beragam yang desainer miliki.

Perkembangan era globalisasi saat ini, dan berkembangnya pasar, membuat perusahaan bersaing untuk menarik perhatian pelanggan untuk membeli produknya. Salah satu cara untuk bersaing dan dapat bertahan di dalam pasar yang terus berkembang ini adalah dengan menciptakan suatu identitas perusahaan yang memiliki fungsi sebagai citra perusahaan dimata pelanggannya. Perusahaan yang memiliki identitas yang lebih menonjol dibandingkan dengan perusahaan lain, maka akan semakin tinggi *brand* dari perusahaan tersebut, dan akan muncul rasa bangga dan cinta memiliki identitas tersebut.

Suatu identitas lembaga haruslah memiliki aspek-aspek yang harus dipenuhi, diantaranya adalah harus memiliki perbedaan dengan kompetitornya, memiliki ciri khas sebagai point utama dari sebuah perusahaan desain, memberikan solusi yang tepat kepada pelanggannya, ada timbal balik antara perusahaan dan pelanggan, adanya kepercayaan yang tinggi, memiliki keunikan dan harus membangun citra positif dari sumber daya manusia, harga, tempat, promosi, kenyamanan, dan profesional.

Sebuah perusahaan penting memiliki rasa keyakinan dan konsisten pada identitasnya, agar dapat memberikan keyakinan juga kepada pelanggannya untuk

mempercayai perusahaan. Sebuah identitas adalah jati diri dari perusahaan, pencitraan yang akan diberikan pelanggan sesuai dengan identitas perusahaan tersebut.

CV.Tjoret Creative Studio merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan jasa desain bagi perusahaan yang membutuhkan jasa desain. Selain itu Tjoret merupakan perusahaan desain atau studio desain yang digagas untuk menciptakan pola bisnis baru dalam mendesain. Bentuk pola bisnis tersebut bukan hanya menjadikan perusahaan ini sebagai konsultan desain bagi pelanggannya, namun juga mengembangkan edukasi terstruktur melalui informasi yang disediakan baik bagi pelanggan, calon pelanggan maupun masyarakat luas melalui berbagai macam cara dan kegiatan. CV Tjoret Creative Studio menjadikan divisi-divisi perusahaan menjadi sesuatu yang dibanggakan, menjadikannya jalan sebagai arah untuk mencari ciri khas yang tepat bagi perusahaan. Desain komunikasi visual dan desain interior merupakan dua divisi utama yang menjadi andalan bagi perusahaan.

CV. Tjoret Creative Studio memiliki loyalitas kebersamaan yang tinggi di setiap pekerjaannya. Mengerjakan sendiri sebuah proyek bukan merupakan kebudayaan perusahaan ini, selalu ada kerja sama yang dijungjung tinggi untuk meningkatkan kualitas karya nantinya. Loyalitas tersebut belumlah cukup sebagai modal sebuah perusahaan, harus adanya konsistensi di dalam *brand* perusahaannya.

Menjaga Tjoret Creative Studio agar terus terjaga dan menonjol di mata pelanggan perlu dilakukan strategi pada perancangan identitas *brand* CV. Tjoret Creative Studio haruslah sesuai karena akan menjadi salah satu yang ditonjolkan pencitraan dari perusahaan CV. Tjoret Creative Studio. Sehingga kebanggaan, kecintaan, kebersamaan terhadap perusahaan akan terus terjaga dan kepercayaan serta loyalitas pelanggan akan meningkat.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah diatas terkait dengan identitas perusahaan Tjoret Creative Studio dan peran sertanya di dunia desain, maka masalah yang timbul adalah sebagai berikut :

- Perusahaan masih kurang merefleksikan semangat visinya.
- Perusahaan tidak menentukan lingkup pekerjaan dengan jelas.
- Perusahaan belum konsistensi dengan identitas visual yang telah ada.

I.3 Fokus Masalah

Berkaitan dengan luasnya cakupan masalah yang ada, maka permasalahan ini difokuskan kepada bagaimana cara menguatkan identitas lembaga CV.Tjoret Creative Studio agar identitas perusahaan menjadi lebih kuat dan matang sehingga pada akhirnya perusahaan dapat membanggakan *brand* nya dengan tujuan untuk menarik klien dengan cara memberikan kepercayaan, janji dan konsisten kepada klien agar klien merasa puas dan akan berdampak positif bagi perusahaan.

I.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

- Menguatkan dan menonjolkan identitas perusahaan CV. Tjoret Creative Studio melalui perancangan kembali *brand* yang pada akhirnya akan di promosikan kepada industri bisnis dan masyarakat luas.
- Membuat sustem identitas visual perusahaan agar konsisten pada setiap penempatannya di berbagai aplikasi media.