

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tengah perkembangan industri kreatif yang pesat dan persaingan yang semakin ketat, membangun identitas merek (brand identity) yang kuat dan membedakan diri dari kompetitor menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan. Identitas merek yang solid tidak hanya berperan dalam membangun citra positif, tetapi juga dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Namun, proses ini menghadapi tantangan besar, terutama jika identitas merek tidak dikelola secara konsisten dan terstruktur. Inkonsistensi, baik dalam elemen visual maupun pesan komunikasi, dapat merusak daya kenal merek dan menciptakan persepsi yang tidak profesional di mata audiens [1], [2]. Studi kasus menunjukkan bahwa merek yang berjalan tanpa panduan yang jelas dapat menghadapi ancaman dan kesulitan untuk berkembang [1].

Mengingat pentingnya konsistensi, maka panduan merek (brand guideline) menjadi sebuah alat yang esensial. Panduan ini berfungsi sebagai dokumen referensi terstruktur yang memastikan seluruh elemen visual, seperti logo, tipografi, dan palet warna, serta pesan merek, digunakan secara seragam di semua saluran pemasaran [3], [5].

Konsistensi visual ini sangat vital, karena penelitian menunjukkan bahwa merek yang disajikan secara konsisten memiliki kemungkinan 3,5 kali lebih besar untuk mendapatkan visibilitas yang baik [4]. Selain itu, inkonsistensi, seperti yang terjadi pada studi kasus sebuah perumahan yang menggunakan logo secara tidak seragam di berbagai platform promosi, dapat berdampak negatif pada kepercayaan calon pelanggan [2]. Hal ini diperkuat oleh penelitian lain yang menegaskan bahwa konsistensi penggunaan jenis huruf dan warna khas merek sangat penting untuk menghindari risiko melemahkan identitas merek secara keseluruhan [5].

Rekam Jejak Production, sebuah vendor yang bergerak di bidang produksi konten kreatif, memiliki filosofi merek yang kuat, yaitu "setiap momen adalah sejarah." Filosofi ini didukung oleh empat kepribadian inti: kreatif, tangguh, profesional, dan bermakna. Untuk memastikan filosofi dan kepribadian ini tersampaikan secara efektif dan konsisten, perancangan panduan merek yang komprehensif menjadi sangat relevan. Panduan ini akan berfungsi sebagai landasan untuk standarisasi penggunaan logo yang terbentuk dari dua huruf "r" dan "j" yang melambangkan "rekam" dan "jejak," palet warna gradasi biru yang memiliki makna mendalam, hingga tipografi yang menggunakan font Poppins.

Dengan demikian, laporan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang sebuah brand guideline yang tidak hanya mengatur aspek teknis visual, tetapi juga menanamkan filosofi dan esensi merek "Rekam Jejak Production" itu sendiri. Perancangan ini diharapkan dapat mengatasi potensi inkonsistensi dan memperkuat citra merek yang profesional dan bermakna, sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang dapat dirumuskan antara lain sebagai berikut:

1. "Rekam Jejak Production" belum memiliki panduan merek (brand guideline) yang komprehensif dan terstruktur. Hal ini berpotensi menyebabkan inkonsistensi dalam penggunaan elemen visual dan pesan komunikasi.
2. Tanpa adanya panduan yang jelas, terdapat risiko penggunaan logo, palet warna, tipografi, dan elemen desain lainnya yang tidak seragam di berbagai platform promosi dan media.
3. Inkonsistensi visual dan komunikasi dapat merusak daya kenal merek dan menimbulkan persepsi yang tidak profesional di mata audiens, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

4. Filosofi "setiap momen adalah sejarah" dan kepribadian merek "Rekam Jejak Production" (kreatif, tangguh, profesional, dan bermakna) perlu diterjemahkan ke dalam panduan visual yang kohesif agar nilai-nilai ini dapat tersampaikan secara efektif.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disusun, berikut adalah batasan masalah untuk laporan tugas akhir ini:

1. Penelitian ini dibatasi pada perancangan brand guideline untuk "Rekam Jejak Production" yang mencakup identitas visual (logo, tipografi, dan palet warna) serta pedoman penggunaan elemen-elemen tersebut.
2. Proyek ini tidak mencakup implementasi atau pengujian panduan merek secara langsung di lapangan (misalnya, membuat seluruh materi promosi berdasarkan panduan tersebut). Fokus utama adalah produk desain panduan itu sendiri.
3. Analisis dibatasi pada studi kasus "Rekam Jejak Production" dan tidak mencakup perbandingan mendalam dengan panduan merek dari perusahaan lain di industri yang sama. Analisis teori akan berfokus pada relevansi brand guideline dan konsistensi merek sesuai dengan referensi pustaka yang telah disediakan.

4. Evaluasi keberhasilan perancangan brand guideline ini terbatas pada kesesuaian antara panduan yang dihasilkan dengan filosofi dan kepribadian merek "Rekam Jejak Production" yang telah ditetapkan, serta kesesuaian dengan teori-teori branding yang relevan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, berikut adalah rumusan masalah yang akan dijawab dalam laporan tugas akhir ini::

1. Bagaimana merancang sebuah panduan merek (brand guideline) yang komprehensif untuk "Rekam Jejak Production" guna mengatasi inkonsistensi visual dan komunikasi?
2. Bagaimana elemen-elemen visual, seperti logo, palet warna, dan tipografi, dapat diterjemahkan dari filosofi dan kepribadian merek "Rekam Jejak Production" agar dapat memperkuat identitas visualnya?
3. Bagaimana panduan merek yang dirancang dapat membantu "Rekam Jejak Production" dalam membangun citra merek yang profesional dan konsisten dalam jangka panjang?

1.5. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, berikut adalah tujuan penelitian untuk laporan tugas akhir ini:

1. Merancang Brand Guideline: Untuk merancang sebuah panduan merek (brand guideline) yang terstruktur dan komprehensif bagi "Rekam Jejak Production" sebagai acuan untuk menjaga konsistensi visual dan komunikasi.
2. Menerjemahkan Identitas Merek: Untuk menerjemahkan filosofi "setiap momen adalah sejarah" dan kepribadian merek "Rekam Jejak Production" ke dalam elemen-elemen visual yang kohesif, seperti logo, palet warna, dan tipografi.
3. Memperkuat Citra Merek: Untuk menghasilkan panduan merek yang dapat membantu "Rekam Jejak Production" dalam membangun dan mempertahankan citra merek yang profesional, kredibel, dan konsisten di hadapan audiensnya.

1.6. Manfaat Perancangan

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi tiga golongan yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan praktis dalam perancangan desain, analisis, dan penyusunan dokumen brand guideline yang komprehensif.
- b. Hasil akhir berupa brand guideline dapat menjadi bagian dari portofolio profesional mahasiswa, yang menunjukkan kompetensi dalam bidang branding dan persiapan untuk memasuki dunia kerja.

2. Bagi Masyarakat

- a. Penelitian ini dapat memberikan edukasi dan contoh nyata mengenai pentingnya brand guideline dan konsistensi merek bagi para pelaku industri kreatif, khususnya UMKM atau startup.
- b. Laporan tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat umum atau mahasiswa lain yang tertarik dengan topik branding, desain grafis, dan pengembangan identitas merek.

3. Bagi Instansi (Rekam Jejak Production)

- a. Perusahaan "Rekam Jejak Production" mendapatkan sebuah dokumen brand guideline yang terstruktur. Dokumen ini berfungsi sebagai pedoman internal untuk seluruh tim, memastikan konsistensi dalam setiap aspek komunikasi dan visual perusahaan.
- b. Dengan adanya brand guideline, perusahaan dapat membangun dan mempertahankan citra merek yang profesional, kredibel, dan konsisten di hadapan klien dan publik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan reputasi.
- c. Pedoman yang jelas akan menghemat waktu dan sumber daya dalam proses perancangan materi promosi atau komunikasi, karena tim sudah memiliki acuan yang baku.

1.7. Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam lima bab untuk memastikan alur pembahasan yang logis dan terstruktur. Sistematika penulisan ini berfungsi sebagai peta jalan yang memandu pembaca dalam memahami keseluruhan isi laporan.

BAB 1: Pendahuluan

Bab ini berfungsi sebagai pengantar yang meletakkan dasar penelitian. Bagian ini diawali dengan Latar Belakang Masalah yang menjelaskan fenomena dan urgensi penelitian, diikuti oleh Rumusan Masalah yang merumuskan pertanyaan spesifik terkait identitas visual Rekam Jejak Production. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian memaparkan apa yang ingin dicapai dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktis. Bab ini diakhiri dengan Batasan Penelitian untuk menentukan cakupan dan ruang lingkup, serta Sistematika Penulisan yang menguraikan struktur laporan secara keseluruhan.

BAB 2: Landasan Teori

Bab ini menyajikan kerangka teoretis yang menjadi dasar pemikiran penelitian. Pembahasan dimulai dengan Konsep Dasar Branding, yang mencakup definisi brand, branding, dan citra merek. Dilanjutkan dengan Identitas Merek dan Identitas Visual, yang membedakan dan mengaitkan kedua konsep penting ini.

Bab ini juga membahas Strategi Penerapan dan Konsistensi Merek serta peran krusial dari Panduan Merek (Brand Guideline) sebagai alat untuk menjaga konsistensi identitas visual Rekam Jejak Production. Seluruh teori ini berfungsi sebagai landasan yang memvalidasi setiap keputusan perancangan.

BAB 3: Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian. Rincian yang dipaparkan mencakup Waktu dan Tempat Penelitian, Bahan Penelitian (data primer dan sekunder), Alat Penelitian (perangkat lunak dan alat pengumpulan data), serta Prosedur Penelitian yang sistematis. Prosedur ini menjelaskan tahapan pengumpulan data (observasi, wawancara, studi pustaka) dan analisis data (reduksi, klasifikasi, interpretasi, hingga sintesis konsep) yang berfokus pada Rekam Jejak Production.

BAB 4: Pembahasan dan Hasil Perancangan

Bab ini merupakan inti dari laporan, yang mempresentasikan transisi dari analisis ke solusi. Bagian ini dimulai dengan Analisis Objek Penelitian (profil Rekam Jejak Production dan audiensnya), dilanjutkan dengan Konsep Dasar Perancangan (tujuan, strategi kreatif, dan strategi media). Bagian ini kemudian menjelaskan Proses Perancangan secara detail, dari perancangan identitas visual hingga brand guideline. Bab ini diakhiri dengan Hasil Perancangan, yang menampilkan produk desain final (logo, panduan merek, dan konten media sosial) untuk Rekam Jejak Production.

BAB 5: Penutup

Bab ini berfungsi sebagai penutup laporan yang memberikan rangkuman atas seluruh penelitian. Bagian ini berisi Kesimpulan yang menjawab rumusan masalah secara lugas dan Saran yang bersifat konstruktif, baik untuk Rekam Jejak Production maupun untuk penelitian di masa depan.