

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peran teknologi pada era saat ini kerap digunakan dikarenakan telah berkembang pesatnya teknologi memudahkan semua aktivitas yang dilakukan secara efisien, contohnya dengan mencari informasi, berkomunikasi, bisnis, dan yang lain - lainnya. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangan pada bidang teknologi telah mengubah cara masyarakat global dalam menjalankan aktivitasnya sehari - hari (Mulyana & Saepudin, 2006). Dalam beberapa tahun terakhir, *e - commerce* telah menjadi salah satu kekuatan utama yang mengubah perdagangan global (Tunjungarsi & Ginting, 2020).

Bisnis *online* telah berkembang pesat dan mulai dikenal dan dipelajari oleh banyak orang pada era saat ini dikarenakan lebih mudah dan efisien untuk mengoperasikan platform *e - commerce* dan menjangkau pasar secara luas.

Dengan adanya platform yang dapat memudahkan menjual suatu barang, maupun jasa pada berbagai macam *social media*, salah satunya adalah Instagram, Facebook, Twitter dan lainnya dapat menghubungkan koneksi secara lebih luas antara penjual dengan pembelinya. Namun penjual akan lebih dipermudahkannya untuk memulai bisnisnya dengan adanya *e - commerce* seperti, OLX, Shopee, Lazada, Bli - Bli, dan lainnya untuk memperkenalkan bisnis mereka secara efisien dengan fitur - fitur, *e - commerce* yang dapat dengan mudah menjual barang maupun jasa mereka.

Perkembangan *e-commerce* merupakan sebuah platform dari internet dan pengguna perangkat *mobile* yang terus mengalami peningkatan, memungkinkan lebih banyak orang lagi untuk bisa mengakses berbagai platform belanja *online*, seperti website toko *online*, aplikasi *marketplace*, media sosial, dan banyak lagi (Sircolo, 2020). Dengan bertambahnya pengguna *e - commerce* setiap tahunnya, banyak sekali pengguna yang memanfaatkan platform-platform untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pengusaha akan berlomba lomba untuk

mendapatkan target pasar yang luas agar dapat lebih dikenal oleh para pelanggannya dengan secara meningkatkan citra merek mereka secara baik. Kicksign.Id merupakan sebuah usaha *reseller* sepatu yang berada di Yogyakarta tepatnya di Jalan Kaliurang yang telah beroperasi pada tahun 2018 sampai saat ini, dengan menyediakan beberapa sepatu mulai dari sepatu casual, seperti vans dan yang lainnya maupun kebutuhan outfit lainnya. Kicksign.Id menyediakan beberapa sepatu dengan harga yang lebih murah namun tetapi dengan lisensi *original*, maka dari itu dapat dikatakan bahwa harga dari penjualan Kicksign.Id dapat dikatakan terjangkau mulai dari Rp.400.000 - Rp.750.000. Kicksign.id telah beroperasi melalui *social media* dan *e-commerce* sampai saat ini supaya dapat menjangkau pasar yang luas.

Dengan bertambahnya pengguna *e-commerce* saat ini Kicksign.Id menjadi lebih banyak saingannya dan membuat usaha tersebut susah untuk dijangkau para pelanggan karena kurang identitas visual pada Kicksign.Id membuat *image* tersebut menjadi turun pada persaingan pasar. Pentingnya identitas visual tidak dapat dianggap ringan, karena untuk membangun sebuah citra merek yang baik dan berperan penting untuk membedakan sebuah perusahaan pada kompetitor nya. Bagi usaha Kicksign.Id sangat dipentingkan karena usaha tersebut beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif untuk menarik para pelanggannya secara luas.

Visi misi yang digunakan dalam kicksign.id memiliki konsep yang menarik, sehingga penulis pun berdiskusi dengan owner agar ada penguatan identitas atau daya tarik dari brand Kicksign.id agar mudah diingat oleh para customer. Identitas visual merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengembangkan bisnis yang perlu dilakukan oleh suatu usaha. Hal tersebut dikarenakan identitas visual memiliki fungsi sebagai pengenalan produk ataupun perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu, dengan menciptakan suatu identitas visual dapat menjadi sebuah pertimbangan agar brand dapat berkembang dan mudah dikenal oleh masyarakat luas (Riandra & Islam, 2021)

Proses dalam me-rebranding suatu citra dari identitas visual konsep brand yang lama, sehingga dengan merubah identitas visual nya akan memberikan kesan

yang lebih modern dan menarik agar dalam brand itu sendiri memiliki simbol atas jati dirinya yang jelas selain dari menarik namun memiliki kesan. Melalui identitas visual dan digunakan ke dalam berbagai media promosi, dapat diharapkan dan digunakan sebagai bentuk wujud baru yang dapat merepresentasikan nilai-nilai serta visi dan misi yang sesuai dengan karakteristik dari brand Kicksign.id. Dengan demikian penulis memberikan sebuah solusi dengan adanya sebuah identitas visual yakni logo dengan menerapkannya dalam media promosi agar dapat memvisualkan nilai, visi dan misi dari brand itu sendiri, selain itu menarik minat pada masyarakat untuk melihat Kicksign sebagai sebuah reseller sepatu yang menarik untuk dilihat dan dibeli melalui media promosi seperti halnya instagram (Kurniansyah & Oemar, 2021)

Pada latar belakang permasalahan tersebut, penulis mencoba untuk mengembangkan strategi perancangan identitas visual Kicksign.Id untuk memperkuat citra merek dan memperluas pasar, dan bertujuan untuk dapat berkompetisi dengan pesaing dengan memperkenalkan identitas visual dari Kicksign.Id yang baru, memberikan logo, konten pada social media, character (mascot), dan campaign untuk membangun *brand awareness*. Dengan itu, penulis tertarik untuk melakukan perancangan identitas visual pada Kicksign.Id, dengan judul : “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA USAHA KICKSIGN.ID YOGYAKARTA”

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan bahwa :

1. Bagaimana perancangan identitas visual pada Kicksign.Id ?
2. Apa saja identitas visual yang dapat mendukung usaha dalam kegiatan perancangan identitas visual pada Kicksign.Id ?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mengembangkan identitas visual yang kuat dan menarik untuk Kicksign.Id. Identitas visual ini meliputi Logo, skema warna, tipografi, dan character (*mascot*) yang akan dipresentasikan kepada

mata konsumennya agar lebih menarik, dan membedakannya dengan kompetitor usaha tersebut.

#### **1.4 Manfaat Perancangan**

##### **Manfaat Teoritis**

Perancangan ini dapat memberikan wawasan dan informasi lebih lanjut, tentang bagaimana sebuah strategi pemasaran dapat dipengaruhi dan diperkuat oleh identitas visual dengan menghadirkan berbagai macam konten - konten visual. Perancangan ini pun dapat menjadi contoh dalam ilmu *branding* dalam suatu usaha.

##### **Manfaat Praktis**

Perancangan ini dibuat untuk berupaya membangun identitas visual Kicksign.Id, untuk memperluas jangkauan konsumen dengan memudahkan konsumen untuk mengenal Kicksign.Id dan dapat bersaing dengan rival - rivalnya secara efisien. Perancangan ini juga dapat bermanfaat untuk para pengusaha supaya dapat berinovasi dalam merancang bisnis mereka.