

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejak dikala itu Indonesia diketahui selaku negeri penghasil kopi terbanyak serta jadi rujukan penciptaan biji kopi dengan mutu yang baik. Besarnya jumlah penciptaan kopi pula pengaruhi pola hidup masyarakat di Indonesia, ketersediaan biji kopi yang melimpah menjadikan kopi selaku minuman yang gampang di miliki serta dijadikan suatu pola hidup serta masyarakat di Indonesia kegiatan sehari-hari.

Pada dikala ini Kerutinan meminum kopi tidak cuma dicoba oleh kalangan orang tua saja, sejak pertumbuhan teknologi yang terus menjadi pesat, saat ini para kawula muda juga melaksanakan perihal yang sama. Entah buat menghilangkan rasa kantuk serta tingkatkan mood ataupun sudah jadi style hidup.

Dari latar belakang permasalahan tersebut, perlunya pembuatan *re-design* untuk membangun citra dari logo Ksatria kopi dengan konsep yang berorientasi kepada sasaran market sehingga bisa menjangkau pasar yang lebih luas serta dapat bersaing dengan kompetitor. Konsep dari identitas visual yang akan digunakan berbentuk logo simpel yang beracuan dengan informasi penelitian yang akan dilakukan, tentang tersebut dilakukan sebagai upaya membentuk anggapan konsumen terhadap citra yang diharapkan oleh perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses *re-design* logo Ksatriakopi. yang menarik dan *informative*?
2. Bagaimana proses *launching re-design* logo Ksatriakopi. yang menarik dan *informative*?
3. Bagaimana proses pengaplikasikan hasil *re-design* logo Ksatriakopi. sebagai promosi yang menarik dan *informative*?

1.3. Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah yang diterapkan yaitu terbatas pada pembuatan identitas visual antara lain:

1. Meredesign logo baru.

2. Mengimplementasikan *visual identity* pada media berupa: X-Banner, Poster, *Stationary Set* (Kartu Nama, Amplop, Kop Surat) dan *Merchandise* (Gantungan Kunci, Kaos, Tumbler).

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah menghasilkan *re-design* logo dan corporate identity Ksatria Kopi, hal ini dilakukan supaya menghasilkan logo baru, agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan pesaing / kompetitor, agar perusahaan lebih dikenal oleh para calon konsumen, dan bisa lebih menunjukkan ciri khas identitas perusahaan tersebut.

Beberapa tujuan *re-design* ini dilakukan adalah:

1. Mengetahui proses *re-design* logo Ksatriakopi. yang menarik dan *informative*
2. Mengetahui proses *launching re-design* logo Ksatriakopi. yang menarik dan *informative*
3. Mengetahui proses mengaplikasikan hasil *re-design* logo Ksatriakopi. sebagai promosi yang menarik dan *informative*
4. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata S1 di Program Studi Desain komunikasi Visual, universitas Esa Unggul.

Manfaat yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengetahui masalah dan kendala serta solusi yang tepat untuk *mere-design* logo.
2. Mengetahui kelebihan dari konsep dan metode *logotype* dan *logogram* dibandingkan dengan konsep.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam pembuatan *corporate identity* dan *re-logo* untuk KsatriaKopi., penulis melakukan pengumpulan data dengan beberapa metode, antara lain:

1.5.1. Wawancara

Melalui wawancara secara langsung dengan tatap muka maupun komunikasi secara langsung ke tempat Ksatri kopinya langsung dan melalui *chat*

aplikasi *Whatsapp*. Wawancara langsung yaitu ditunjukkan langsung kepada orang yang diperlukan keterangan/datanya dalam penelitian.

Dalam metode wawancara ini penulis melakukan pembicaraan langsung atau tanya jawab dengan narasumber Bapak Ahmad Akmal Amali S.I.Kom sebagai Pemilik Ksatriakopi.



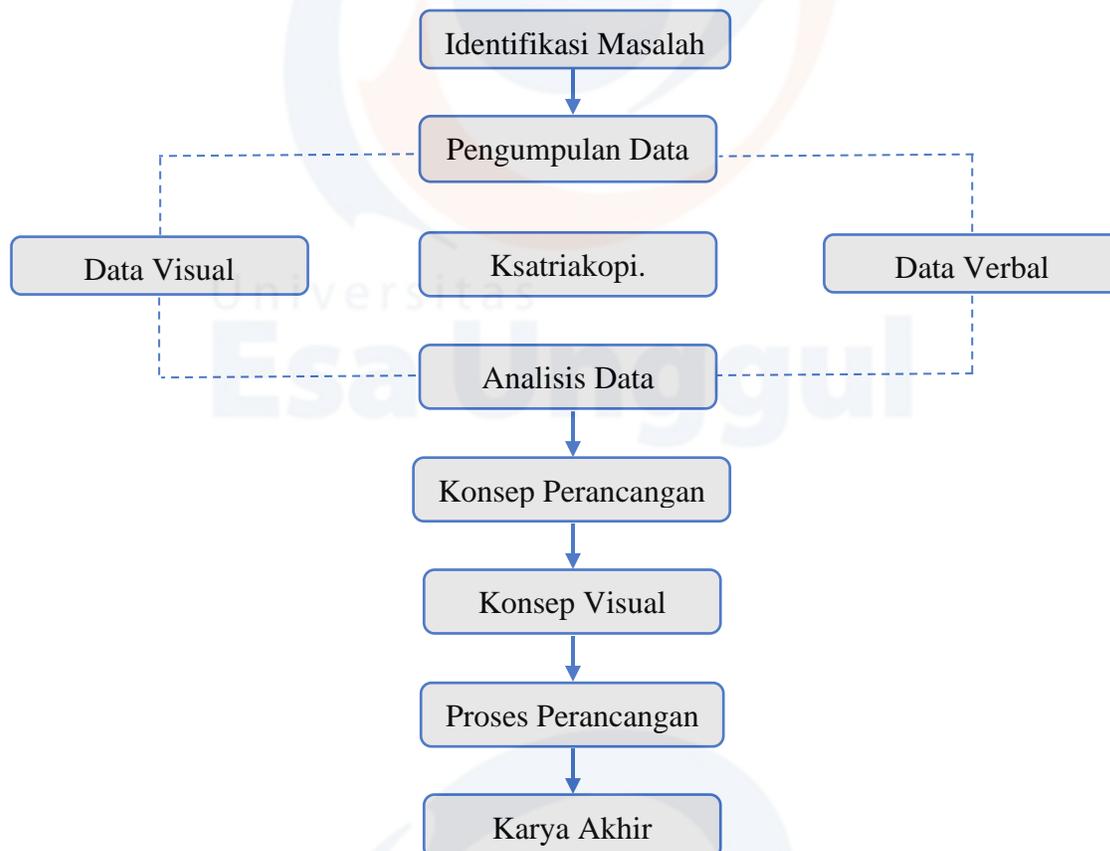
Gambar 1.1 Wawancara secara langsung bersama Bapak Ahmad Akmal Amali S.I.Kom.

Sumber: Maulvy Ilmullah, 2023

Pada tanggal 23 Februari 2023

1.6. Kerangka Konseptual

Penulisan pembuatan rancangan *re-design* logo dan *corporate identity* ini mengacu pada kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.

Sumber: Maulvy Ilmullah, 2023

1.7. Sistematika Penulisan

Proses penulisan skematika perancangan *re-design* Logo dan *Corporate Identity* di Kemanggisan meliputi dalam menjadi 5 Bab, yaitu:

Bab I yaitu menjelaskan tentang pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, kerangka konseptual serta sistematika penulisan.

Bab II yaitu berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari beberapa aspek desain dan analisa data yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini membahas mengenai konsep media, konsep kreatif, program kreatif, konsep komunikasi dan perencanaan biaya.

Bab IV Desain dan Aplikasi. Bab ini berisi pemaparan media utama seperti logo, serta stationery, merchandise, uniform dan eviton graphic desain.

Bab V Kesimpulan dan Saran. Bab ini berisi tentang simpulan dan saran terhadap hasil penelitian dan tujuan ditetapkan sebelumnya.