

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia sangat pesat, banyak kalangan dari muda hingga tua menggunakan internet untuk kepentingan pribadinya, Karena internet mempunyai jaringan yang sangat luas dengan kecepatan informasi yang cepat bisa memudahkan masyarakat untuk saling berkomunikasi ataupun mendapatkan informasi dari internet. Internet juga memiliki banyak jenisnya, salah satunya adalah aplikasi. Melalui aplikasi, banyak informasi yang bisa didapatkan dalam satu aplikasi. Maka itu itu aplikasi sangat diuntungkan untuk para pengusaha ataupun perusahaan yang ingin menyampaikan informasi.

Agensi kreatif merupakan sebuah perusahaan ataupun organisasi memberikan jasa pembuatan pada seluruh bidang industri kreatif. Buka Project merupakan sebuah agensi kreatif sosial media yang menawarkan jasa untuk menghasilkan sebuah kampanye iklan yang kreatif dan efektif di Kota Bogor. Agensi iklan sendiri adalah sebuah bisnis yang menyediakan jasa periklanan kepada klien untuk meningkatkan sebuah penjualan kepada klien tersebut, Buka Project sudah didirikan pada tahun 2019, *service* yang diberikan di Buka Project adalah sebuah foto yang bagus, *copywriting* yang menarik dan juga desain terbaik, namun Buka Project tidak hanya ingin berfokuskan kepada iklan sosial media saja, namun mereka pun bisa memberikan jasa pembuatan logo atau media cetak juga.

Namun sayangnya dari semua keunggulan dari Buka Project akan memudar. Dikarenakan pola pikir masyarakat pembisnis di Kota Bogor akan mengganti Agensi Kreatif menjadi *in-house*. *In-house* sendiri adalah kegiatan yang mengandalkan tenaga kerja internal yang dimiliki oleh perusahaan, ataupun yang dimaksud juga dengan merekrut tenaga kerja yang mempunyai kontrak untuk berkerjasama dengan perusahaan tersebut. Untuk menghindari hal tersebut perlunya *service* dan keunggulan yang diberikan dari Buka Project dibarengi dengan promosi yang baik. Meskipun melakukan promosi dan informasi di sosial media Instagram saja tidak cukup, penyampaian informasi tentang Buka Project tidak membuat para calon klien bergerak untuk bekerjasama dengan Buka Project.

Masalah yang ada pada Buka Project sendiri adalah penyampaian informasi yang kurang disampaikan kepada masyarakat, yang biasa dilakukan oleh Buka Project di sosial media saat ini hanya memperlihatkan kegiatan dibalik layar yang dilakukan pada team Buka Project dan karya-karya yang dihasilkan. Namun Buka Project tidak melihat sisi dari bagaimana untuk memudahkan klien untuk mendapatkan informasi. Penyampaian informasi akan sulit dilakukan jika para klien ini merasakan sedikit permasalahan, seperti sulitnya membuat appointment secara daring (*online*), mengetahui informasi-informasi tentang Buka Project seperti halnya fasilitas yang didapatkan, harga, portofolio dan informasi lainnya.

Dari persoalan diatas tugas akhir ini dibuat untuk meningkatkan kualitas Buka Project dan mampu bersaing bersama kompetitor lainnya dengan memikirkan komunikasi visualnya sebagai solusi dari pemecahan masalah. Menurut Adi Kusrianto, Desain Komunikasi Visual merupakan metode kreatif antara campuran dari seni dan teknologi untuk menghasilkan ide. (Putra, 2021:6). Maka dari solusi akan cocok sekali dengan permasalahan yang dimiliki oleh Buka Project.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang ada, maka disimpulkan identifikasi masalah adalah :

1. Kurangnya media promosi dalam penyampaian informasi seperti halnya fasilitas yang didapatkan, harga, portofolio, dan informasi lainnya kepada masyarakat
2. Kurangnya interaksi kepada masyarakat dan mengetahui hal yang diinginkan oleh masyarakat kepada Buka Project

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang dan Identifikasi Masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah :

1. Bagaimana perancangan solusi media komunikasi visual dan promosi untuk Buka Project

1.3 Ruang Lingkup

Untuk menghindari pembahasan batasan masalah yang terlalu luas, perlunya ditetapkan ruang lingkup untuk focus tugas akhir sebagai berikut :

1. Apa

Pada perancangan tugas akhir ini difokuskan pada perancangan solusi komunikasi visual Buka Project

2. Siapa

Target audiens dari perancangan komunikasi visual Buka Project adalah kalangan perempuan atau laki-laki yang memiliki usaha yang ingin dipromosikan

3. Kapan

Proses pengumpulan data dan penelitian hingga perancangan komunikasi visual dilakukan dalam satu semester, yaitu sejak bulan Maret hingga Agustus 2023.

4. Dimana

Buka Project berlokasi di Jl. Drupada VI no.3 RT.02/RW.14, Kp. Parung Jambu, Kampung Parung, Jambu, Kota Bogor, Jawa Barat 16152.

5. Kenapa

Kegiatan perancangan yang dilakukan perlu dibuat untuk meningkatkan penyampaian dalam informasi dan interaksi dengan klien secara visual

6. Bagaimana

Merancang perancangan Buka Project berupa perancangan komunikasi visual Buka Project

1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan, maka perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan solusi komunikasi visual guna meningkatkan penyampaian informasi serta interaksi kepada masyarakat ataupun klien

1.5 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pada bentuk metode ini kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam mengumpulkan data dengan melakukan wawancara kepada perwakilan dari setiap klien dengan

kategori kelas sosial dengan tujuan mendapatkan informasi yang valid untuk proses mengumpulkan data dalam perancangan ulang media promosi.

b. Observasi

Pada metode ini, penulis akan melakukan pengamatan langsung ke Buka Project

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka yang dikumpulkan oleh penulis adalah teori dari materi yang terkait, beberapa ebook dan situs web.

1.6 Kerangka Berpikir BAB I

FENOMENA OBJEK PENELITIAN

Agensi iklan merupakan sebuah perusahaan ataupun organisasi yang memberikan jasa pembuatan iklan untuk dipublikasikan di sosial media. Namun sayangnya Agensi Iklan bisa akan cepat memudar, dikarenakan pola pikir masyarakat pembisnis di Kota Bogor akan mengganti Agensi Iklan menjadi *in-house*. *In-house* sendiri adalah kegiatan yang mengandalkan tenaga kerja internal yang dimiliki oleh perusahaan, ataupun yang dimaksud juga dengan merekrut tenaga kerja yang mempunyai kontrak untuk berkerjasama dengan perusahaan tersebut. Untuk menghindari hal tersebut perlunya *service* dan keunggulan yang diberikan dari Buka Project dibarengi dengan promosi yang baik. Meskipun melakukan promosi dan informasi di sosial media Instagram saja tidak cukup, penyampaian informasi tentang Buka Project tidak membuat para calon klien bergerak untuk bekerjasama dengan Buka Project.

LATAR BELAKANG /RUANG LINGKUP MASALAH

Masalah yang ada pada Buka Project sendiri adalah penyampaian informasi yang kurang disampaikan kepada masyarakat, yang biasa dilakukan oleh Buka Project di sosial media saat ini hanya memperlihatkan kegiatan dibalik layar yang dilakukan pada team Buka Project dan karya-karya yang dihasilkan. Namun Buka Project tidak melihat sisi dari bagaimana untuk memudahkan klien untuk mendapatkan informasi. Penyampaian informasi akan sulit dilakukan jika para klien ini merasakan sedikit permasalahan, seperti sulitnya membuat appointment secara daring (*online*), mengetahui informasi-informasi tentang Buka Project seperti halnya fasilitas yang didapatkan, harga, portofolio dan informasi lainnya.

IDENTIFIKASI MASALAH

1. Kurangnya media dalam penyampaian informasi kepada masyarakat
2. Kurangnya interaksi dan mengetahui hal yang diinginkan oleh masyarakat kepada Buka Project

FOKUS MASALAH

1. Bagaimana Desain Media Komunikasi Buka Project untuk memudahkan penyampaian informasi kepada masyarakat
2. Bagaimana Desain Media Komunikasi Buka Project agar dapat meningkatkan berinteraksi secara visual dengan masyarakat agar mendapatkan kepuasan masyarakat ?

OPINI

Desain Komunikasi Visual adalah ketetapan ilmu yang memiliki tujuan untuk mempelajari sebuah konsep komunikasi yang memiliki berbagai media kreatif untuk menyampaikan pesan dan gagasan berupa visual yang didalamnya terdapat elemen-elemen grafis (Adi Kusrianto, 2007:2).

HIPOTESA

Meningkatkan kemudahan penyampaian informasi Buka Project kepada masyarakat serta meningkatkan interaksi secara visual kepada masyarakat. Dengan begitu Buka Project akan mengetahui yang diinginkan oleh masyarakat pada Buka Project, yang berharap dapat meningkatkan promosi dan *engagement* pada Buka Project.

ISU

Tujuan utama dari komunikasi visual dalam industri adalah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui utilitas, kemudahan penggunaan, dan kenyamanan saat berinteraksi dengan produk/jasa atau layanan tertentu.

PRAKIRAAN SOLUSI

Perancangan komunikasi visual pada Agensi Kreatif Buka Project agar bertujuan meningkatkan interaksi kepada klien dan memudahkan penyampaian informasi

METODE

Wawancara, Studi Pustaka

PERANCANGAN

Perancangan visual branding pada Buka Project.

1.7 Pembabakan

- **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini melampirkan informasi yang berisikan latar belakang permasalahan pada sebuah Agensi Iklan yang bernama Buka Project. Pada latar belakang ini terdapat rumusan berupa identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka berpikir dan pembabakan tiap bab.

- **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisikan berupa teori para ahli yang menjadi acuan pada proses perancangan desain visual branding, teori-teori yang digunakan memiliki kesinambungan dengan perancangan.

- **BAB III Data dan Analisis**

Pada bab ini berisikan sebuah uraian data yang dikumpulkan pada saat penelitian dengan struktur maupun tidak terstruktur. Lalu dihubungkan dengan analisis data yang telah didapatkan pada landasan teori.

- **BAB IV Penutup**

Bab ini akan melampirkan kesimpulan dan saran dari hasil karya dan pembahasan yang sudah dirancang.