# BAB IPENDAHULUAN

## Latar Belakang

 *Corporate Identity* adalah sebuah pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

Logo, merupakan identitas yang paling utama selain dari slogan ataupun *jingle*. Hanya dengan melihat logo salah satu bisnis, kita bisa langsung mengenal organisasi bisnis tersebut dan mengetahui reputasinya. Oleh karena itu wajar bila biaya design corporate identity cukup mahal (sebenarnya tidak, karena sebanding dengan output yang dihasilkan).

*Corporate Identity* menjadikan *Branding* lebih kuat karena kita lihat branding menunjukan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan *behavior* mempunyai peranan dalam mengambarkan sebuah perubahan. Sehingga *Corporate* i*dentity* bisa merepresantasikan identitas sebuah usaha.

 Kusuma orchid adalah salah satu usaha menengah yang berada di kota Batu. Usaha ini bergerak dibidang penjualan tanaman hias, yang lebih fokus pada tanaman anggrek. Kusuma Orchid sudah berdiri sejak 27 tahun yang lalu, lebih tepatnya pada tahun 1995. Kusuma orchid adalah salah satu pionir kios dan green house anggrek di kota Batu. Di tempat ini, ragam jenis bunga anggrek cukup lengkap, begitu juga dengan fasilitas pendukung *greenhouse*nya. Sebab ladang anggrek sendiri tidak hanya fokus pada budidaya anggrek saja. Tapi juga pembibitan hingga perawatan. Semua sektor itu dapat dilakukan dalam satu tempat yang sama.

 Sejauh ini Kusuma orchid masih belum memiliki identitas visual yang mendukung, sehingga banyak masyarakat awam ataupun yang baru hobi tanaman belum mengenal tempat ini. selain itu untuk promosi produk hanya sebatas melalui pameran tanaman serta media sosial saja. Sangat di sayangkan untuk sebuah usaha yang sudah berdiri sejak lama belum memiliki sebuah identitas yang mampu merepresentasikan sebuah usaha .

 Beberapa lama ini fenomena koleksi tanaman hias juga sedang ramai dan meningkat. Banyaknya masyarakat yang mendadak hobi mengoleksi tanaman hias juga di barengi dengan semakin bertambahnya penjual tanaman hias,terutama di kota Batu. Perkembangan bisnis tanaman di Indonesia saat ini dianggap menjanjikan oleh banyak orang, Hal ini dapat dilihat banyaknya toko-toko tanaman baru bermunculan baik di sosial media maupun konvesional.

 Untuk itu perlunya pembuatan corporate identity bagi usaha ini supaya bisa di aplikasikan dalam berbagai media promosi. Dengan adanya sebuah identitas visual diharapkan Kusuma Orchid ini dapat semakin dikenal oleh masyrakat agar dapat bersaing dengan toko-toko tanaman lainya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang didapat maka dapat dibentuk rumusan permasalahan yang akan diselesaikan dalam perancangan ini ”Bagaimana merancang *corporate identitiy* agar dapat meningkatkan *image* dan citra terhadap konsumen?”

## 1.3 Tujuan

 Tujuan perancangan ini adalah untuk merancang corporate identitiy Kusuma Orchid. Karena usaha ini sudah dibilang berdiri sejak lama tetapi juga memerlukan brand identitiiy yang lebih luas agar lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Tujuan perancangan ini adalah untuk mengenalkan Kusuma Orchid kepada masyarakat luas sebagai green house dan kios bunga, melalui perancangan *corporate identitiy*.

## 1.4 Manfaat

**1.4.1 Bagi Lembaga Pendidikan**

Sebagai masukan dan rujukan pembahasan sejenis agar bisa menjadi refrensi pada bidang corporate identity.

* + 1. **Bagi Prodi**

Sebagai contoh untuk adik-adik yang sedang mengerjakan tugas akir yang akan mengambil pembahasan sejenis yaitu tentang brand identity di STIKI MALANG.

* + 1. **Bagi Mahasiswa**

 Dapat menambah pengalaman baru di bidang riset data penunjang mengenai topik tersebut, perencanaan media, metode perancangan dan menambah pengetahuan tentang ilmu yang di dapat selama proses perancangan.

* + 1. **Bagi Penulis**

 Melalui perancangan media digital ini penulis dapat menambah wawasan terhadap hal baru dalam segi teori dan proses perancangan yang kemudian dapat diaplikasikan dalam bentuk nyata.

* + 1. **Bagi Kusuma Orchid**

Sebagai media promosi baru agar lebih dikenal konsumen dan menarik wisatawan di kota Batu.

## 1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan batasan masalah penelitian ini sebagai berikut :

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, batasan perancangan yang akan di bahas lebih dalam adalah “Perancangan *corporate identity* untuk media promosi Kusuma orchid”. Dalam hal ini, akan mengerjakan yang berhubungan dengan *corporate identity* yang menghasilkan berbagai macam media promosi agar Kusuma orchid semakin dikenal masyarakat luas.

## Metode

 Metode yang digunakan oleh perancang dalam penelitian yang berjudul “Perancangan *Corporate Identitiy*  Kusuma Orchid” ini adalah Metode perancangan *design thinking* dari David Kelleydengan beberapa tahapan yaitu, *empathize, define, ideate, prototype, test* dan dijabarkan sebagai berikut :

1. ***Emphatize***

 *Emphatize* (empati) adalah sebuah inti proses dari perancangan karena permasalahan yang muncul harus dapat diselesaikan dengan cara berfokus kepada *audience*, metode ini berupaya untuk memahami permasalahan, kebutuhan, dan keinginan yang dialami oleh pengguna agar kita dapat mengerti dan mencari solusi untuk permasalahan tersebut.

1. ***Define***

 *Define* merupakan tahap analisis dan pengumpulan informasi yang telah didapatkan pada proses *Emphatize*. Proses analisis ini digunakan untuk memahami berbagai wawasan yang telah diperoleh melalui empati, dengan tujuan untuk menentukan pernyataan masalah sebagai *point of view* yang didapat dari penelitian.

1. ***Ideate***

  *Ideate* merupakan proses ke tiga yang dilalui dalam *design thinking*, dalam proses *ideate* ini desainer dituntut untuk menghasilkan gagasan atau ide sebagai landasan yang nantinya akan digunakan dalam membuat *prototype* rancangan yang akan dibuat.

1. ***Prototype***

 Secara garis besar *prototype* dikenal sebagai rancangan awal suatu produk yang akan dibuat atau disebut *dummy* untuk menemukan kesalahan dan pandangan baru. Penerapan *prototype*, merupakan rancangan awal yang nantinya akan dibuat untuk uji coba kepada pengguna atau *audience* guna memperoleh respon yang sesuai untuk menyempurnakan sebuah rancangan.

1. ***Test***

 Pada tahap ini dilakukan pengumpulan berbagai *feedback* atau respon dari pengguna terkait rancangan akhir yang telah dibuat dalam proses *prototype*. Proses adalah tahap akhir dari perancangan namun desainer akan terus melakukan pengulangan pada proses ini untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dan produk yang dikembangkan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Metode yang digunakan oleh perancang dalam penelitian yang berjudul “Perancangan Corporate Identitiy Kusuma Orchid” ini dijabarkan sebagai berikut.

## 1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Pada proses ini perancangan *corporate identitiy* Kusuma Orchidmelakukan penelitian secara *offline* yang bertempat dirumah pemilik kusuma orchid. Penelitian dilaksanakan lebih dari satu kali guna memperbanyak informasi tentang usaha ini. penelitian dilaksanakan dalam jangka waktu Maret-April.

## 1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan dan alat penelitian dalam perancangan ini menggunakan *handphone* dan buku.

 Handphone digunakan untuk merekam suara narasumber selama proses wawancara, dan buku saku digunakan untuk mencatat poin penting yang ditemukan selama observasi dan wawancara.

## 1.6.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data Pengumpulan data dalam perancangan *corporate identitiy* Kusuma Orchid menggunakan metode kualitatif dengan 4 teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi data sumber.

Observasi yang dilakukan menggunakan *handphone* sebagai alat dokumentasi. Observasi tersebut meliputi:

**1.6.3.1 Observasi**

Observasi merupakan teknik untuk mendapatkan sebuah data atau informasi dengan cara mengamati secara langsung di lapangan. Pada tahap ini observasi dilakukan di green house dari Kusuma Orchid, Mulai dari perawatan bunga hingga pengiriman.

* + - 1. **Wawancara**

 Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap muka dengan narasumber dan mangajukan pertanyaan terkait objek yang diteliti. Wawancara dilakukan guna mendapatkan informasi terkait, yang tidak diperoleh melalui tahap observasi atau kuesioner. Wawancara dilakukan dengan teknik triangulasi sumber data yaitu menggali beberapa informasi dari menggunakan narasumber yang berbeda (Raco, 2010). Wawancara dilakukan bersama Bapak Sugeng Praptono sebagai pemilik Kusuma Orchid itu sendiri. Wawancara dilakukan dengan menulis garis besar pokok-pokok pertanyaan. Berikut merupakan gambaran besar tentang instrumen wawancara yang ditujukan kepada narasumber:

1. Bagaimana sejarah berdirinya Kusuma Orchid?
2. Apakah ada keunggulan yang dimiliki Kusuma Orchid?
3. Apakah ada yang menjadi kekurangan dari Kusuma Orchid?
4. Apa yang dijual oleh Kusuma Orchid?
5. Siapa target Pembeli Kusuma Orchid?
6. Apakah ada festival atau pameran anggrek yang di ikuti Kusuma Orchid?
7. Bagaimana kondisi Kusuma Orchid saat ini?

Dalam perancangan ini dilakukan guna memperoleh data sebagai berikut :

1. Sejarah berdirinya Kusuma Orchid.
2. Potensi kelebihan dan kekurangan Kusuma Orchid
3. Target Kusuma Orchid.
4. Kondisi Kusuma Orchid.

## 1.6.4 Analisis Data

**1.6.4.1 Analisis SWOT**

 Setelah observasi dan wawancara, analisis dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Artinya, kami mengevaluasi kekuatan dan kelemahan faktor internal objek sambil menilai peluang dan ancaman faktor eksternal. Hasil dari empat aspek internal dan eksternal investigasi dapat disimpulkan dengan strategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimasi.

 Analisis SWOT adalah salah satu teknik analisa data yang bermanfaat untuk melihat kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari *competitor.*

## 1.6.5 Prosedur

Latar Belakang

Rumusan Masalah

Design Thinking

Konsep Perancangan

Proses Perancangan

Pengujian

Observasi

Wawancara

Analisa SWOT

Gambar 3. Kerangka Perancangan

 (Sumber : data pribadi)



Gambar 1. 1 Diagram tahapan Design Thinking

 (Sumber : <https://www.bing.com/>)

1. ***Emphatize***

 *Emphatize* (empati) adalah sebuah inti proses dari perancangan karena permasalahan yang muncul harus dapat diselesaikan dengan cara berfokus kepada *audience*, metode ini berupaya untuk memahami permasalahan, kebutuhan, dan keinginan yang dialami oleh pengguna agar kita dapat mengerti dan mencari solusi untuk permasalahan tersebut.

1. ***Define***

 *Define* merupakan tahap analisis dan pengumpulan informasi yang telah didapatkan pada proses *Emphatize*. Proses analisis ini digunakan untuk memahami berbagai wawasan yang telah diperoleh melalui empati, dengan tujuan untuk menentukan pernyataan masalah sebagai *point of view* yang didapat dari penelitian.

1. ***Ideate***

  *Ideate* merupakan proses ke tiga yang dilalui dalam *design thinking*, dalam proses *ideate* ini desainer dituntut untuk menghasilkan gagasan atau ide sebagai landasan yang nantinya akan digunakan dalam membuat *prototype* rancangan yang akan dibuat.

1. ***Prototype***

 Secara garis besar *prototype* dikenal sebagai rancangan awal suatu produk yang akan dibuat atau disebut *dummy* untuk menemukan kesalahan dan pandangan baru. Penerapan *prototype*, merupakan rancangan awal yang nantinya akan dibuat untuk uji coba kepada pengguna atau *audience* guna memperoleh respon yang sesuai untuk menyempurnakan sebuah rancangan.

1. ***Test***

 Pada tahap ini dilakukan pengumpulan berbagai *feedback* atau respon dari pengguna terkait rancangan akhir yang telah dibuat dalam proses *prototype*. Proses adalah tahap akhir dari perancangan namun desainer akan terus melakukan pengulangan pada proses ini untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dan produk yang dikembangkan sesuai dengan apa yang diharapkan.

## Sistematika Penulisan

 Untuk memahami tugas akhir ini, maka materi-materi yang tertera akan dikelompokkan mejadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut.

**BAB I PENDAHULUAN**

 Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, metode, dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang penelitian terdahulu dan teori yang terkait.

**BAB III DATA, ANALISIS, DAN PERANCANGAN**

Berisi tentang analisis, perancangan, dan rancangan pengujian.

**BAB IV PEMBAHASAN**

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, implementasi, dan uji coba.

**BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran.