

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada Bab 1 menguraikan latar belakang yang mendasari penelitian ini, serta menjelaskan tujuan dan lingkup penelitian yang dilakukan. Pendahuluan ini bertujuan untuk memberikan konteks yang jelas mengenai mengapa topik ini penting untuk diteliti dan bagaimana penelitian ini akan memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis.

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat dan pertumbuhan ekonomi nasional menghasilkan produk yang semakin berkembang. Agar dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif, perusahaan harus mampu mengimbangi persaingan di industri ini. Salah satunya dalam industri Air Minum Dalam Kemasan yang perkembangannya semakin tahun terus meningkat.

Berdasarkan data Badan Pengawasan Obat dan Makanan, terdapat sekitar 7.780 produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dari 1.032 perusahaan produsen. Dari jumlah tersebut, 99,5% merupakan produk dalam negeri (BPOM RI MD). Jenis Air Minum Dalam Kemasan terbanyak adalah Air Mineral Alami dengan 6.092 produk (78,30%), diikuti oleh Air Demineral dengan 1.492 produk (19,18%). Selain itu, terdapat 45 produk Air Mineral Alami (0,58%) dan 3 produk Air Minum Embun (0,04%). Selain empat kategori tersebut, ada juga 148 produk air minum pH tinggi (1,90%)(BPOM, 2020). Persentase yang tinggi ini menunjukkan ketatnya persaingan di industri Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia.

Untuk bisa mengimbangi persaingan di industri AMDK, perusahaan harus memiliki strategi yang bisa digunakan di industri yang sedang dijalaninya, banyaknya strategi yang bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan, namun salah satu tahapan awal yang bisa dilakukan oleh perusahaan yaitu membangun sebuah *branding* untuk memperkuat citra perusahaan, Menurut (Anarnkaporn, 2007) *Branding* menempati posisi teratas sebagai salah satu alat paling efektif yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk bisa bersaing di industri AMDK yang sangat ketat

ini. Salah satu perusahaan yang bergerak di industri AMDK yaitu Tirta Guna Mandiri.

Tirta Guna Mandiri adalah perusahaan yang berlokasi di Jl. Mayor Mansu, Sindang Pakuon, Kec. Cimanggung, Kab. Sumedang, Jawa Barat. Perusahaan ini bergerak di industri Air Minum Dalam Kemasan dengan kapasitas produksi mencapai 15,9 juta liter per tahun. Dengan standar higienis tinggi, produk Air Minum Dalam Kemasan dari perusahaan ini telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat dan memiliki banyak konsumen loyal. Perusahaan ini memproduksi air kemasan dengan merek “tgm 99” dalam berbagai kemasan, termasuk cup, botol 330ml, 600ml, dan galon 19 liter.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap perusahaan melalui proses wawancara dan observasi secara langsung kepada Direktur Utama Tirta Guna Mandiri yaitu Bapak Malik Idris, didapati bahwa perusahaan sudah memiliki identitas visual yang berupa logo yang merupakan salah satu tahapan awal dalam sebuah *branding*. Namun terlalu banyak logo yang digunakan sehingga membuat logo terlihat tidak konsisten dan membuat kebingungan di internal dan eksternal perusahaan. Perusahaan menggunakan tiga logo yang ditempatkan di beberapa media yang berbeda, diantaranya di logo kantor, logo media sosial, dan pada beberapa media cetak seperti buku tahunan dan sebagainya. Menanggapi hal tersebut terlihat jelas seperti yang sudah diuraikan bahwa tidak adanya konsistensi pada identitas visual perusahaan, dari segi logo, warna, dan juga tipografi yang digunakan.

Kemudian selain itu, permasalahan yang selanjutnya perusahaan juga tidak memiliki identitas yang kuat, logo perusahaan Tirta Guna Mandiri yang saat ini digunakan oleh perusahaan kurang mencerminkan karakteristik dari perusahaan itu sendiri yaitu “energik dan futuristik”, hal ini disebabkan oleh perusahaan yang memiliki spirit baru setelah peningkatan yang dicapai perusahaan, berawal dari *brand* dan produsen memiliki spirit yang serupa namun sekarang memiliki spirit yang berbeda.

Penulis melihat masih kurangnya penggunaan identitas visual pada perusahaan. Untuk bisa bersaing, berkolaborasi, dan meraup banyak peluang bisnis, perusahaan setidaknya harus memiliki identitas yang jelas untuk meningkatkan

kepercayaan dalam perjalanan bisnisnya. Oleh karena itu, harus diperkuat melalui perancangan identitas visual yang jelas untuk memastikan bahwa identitas visual yang digunakan memiliki ciri khas dan berbeda dengan yang lain.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam hal ini peneliti memandang perlu dilakukannya perancangan identitas visual pada Tirta Guna Mandiri yang kuat dan juga konsisten. Hal ini bertujuan untuk membuat perusahaan memiliki ciri khas yang sesuai dan membangun citra baik di mata konsumen, mitra bisnis dan masyarakat. Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Tirta Guna Mandiri Sebagai Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan ulang identitas visual Tirta Guna Mandiri?
2. Bagaimana pengaplikasian desain identitas visual Tirta Guna Mandiri pada media promosi?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, batasan masalah penelitian ini diperlukan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan hanya mengarah pada fokus penelitian yang sudah dirumuskan, sebagai berikut:

1. Perancangan identitas visual hanya meliputi perancangan logo, warna, tipografi, dan *supergraphics*.
2. Pengaplikasian identitas visual hanya pada media promosi yang meliputi *stationary set* seperti *letterhead*, amplop, *bussiness card*, *id card*, *lanyard*, *notebook* dan *merchandise* seperti *polo shirt*, *t-shirt*, *sticker*, *key chain*, *mug*, *tumblr* dan *goodiebag*.
3. *Output* dari identitas visual hanya meliputi pengaplikasian pada media yang dibutuhkan, *video motion graphic* singkat dan juga *brand guidelines* yang akan digunakan untuk pedoman visual pengaplikasian identitas visual.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang ulang identitas perusahaan TirtaGuna Mandiri sebagai berikut:

1. Merancang ulang identitas visual Tirta Guna Mandiri
2. Menerapkan pengaplikasian desain pada media promosi yang digunakan untuk mendukung perancangan ulang identitas visual Tirta Guna Mandiri.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari Perancangan Ulang Identitas Visual Tirta Guna Mandiri Sebagai Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan sebagai berikut:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang desain grafis dengan perancangan ulang identitas perusahaan, khususnya dalam pembuatan logo. Selain itu, ini akan memperkaya literatur desain grafis dengan studi kasus yang relevan.
2. Penelitian ini akan memberikan wawasan tentang proses perancangan ulang identitas perusahaan, termasuk beberapa pertimbangan desain yang diperlukan dalam pembuatan identitas visual untuk mencapai tujuan yang akan dicapai.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini membuat identitas perusahaan menjadi lebih kuat dengan adanya identitas visual yang jelas. Dengan perancangan ulang logo yang sesuai dengan karakteristik perusahaan ini akan membantu Tirta Guna Mandiri meningkatkan daya tarik merek di mata konsumen, mitra bisnis dan masyarakat.
2. Bagi mitra bisnis, hasil dari perancangan ulang identitas perusahaan ini akan berpengaruh pada kolaborasi perusahaan dengan lembaga dan industri lain dalam distribusi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang dapat diperkuat dengan identitas merek yang jelas untuk meningkatkan kepercayaan mitra bisnis.

3. Bagi masyarakat, hasil perancangan ulang identitas perusahaan ini diharapkan masyarakat dapat memiliki kesan atau citra baik terhadap perusahaan yaitu Tirta Guna Mandiri.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan diperlukan dalam penelitian ini untuk merujuk pada pedoman pembuatan penulisan. Sangat membantu dalam “Perancangan Ulang Identitas Visual Tirta Guna Mandiri Sebagai Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan” agar lebih terstruktur.

### **1. Bab I Pendahuluan**

Bagian ini berisi mengenai topik dari penelitian yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **2. Bab II Kajian Pustaka**

Bagian ini berisi teori yang di dalamnya banyak dicantumkan sumber-sumber yang digunakan sebagai dasar penelitian atau referensi seperti buku, jurnal, internet, pendapat para ahli dan penelitian terdahulu, hal ini membantu dalam memberikan konteks teoritis untuk tulisan dalam penelitian.

### **3. Bab III Metode Penelitian**

Bagian ini berisi metode yang digunakan dalam penelitian seperti desain penelitian, objek dan subjek penelitian, prosedur penelitian, analisis data yang digunakan untuk mengolah data, termasuk teknik pengumpulan data dan juga pendekatan yang digunakan.

### **4. Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Bagian hasil ini menyajikan beberapa temuan atau hasil dari penelitian atau analisis yang dilakukan dengan bentuk grafik, tabel, ataupun narasi mengenai perancangan, tahapan yang dilakukan selama penelitian dan juga menganalisis yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

### **5. Bab V Simpulan dan Rekomendasi**

Bagian terakhir menarik kesimpulan dari apa yang sudah diteliti dan mencantumkan pesan penting yang ingin disampaikan penelitian ini. Dalam bagian ini juga berisi simpulan, saran yang sering kali memberikan arah bagi pembaca

tentang langkah selanjutnya yang akan diambil, dan rekomendasi berdasarkan apa yang ditemukan pada saat penelitian.