

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Identitas visual terutama logo sangat penting peranannya bagi berbagai macam badan usaha, tak luput juga banyaknya UMKM yang dewasa ini memanfaatkan dan membentuk logonya untuk berlomba-lomba menarik target *audience*-nya agar mampu bersaing di pasar. Logo merupakan wajah pertama yang akan dikenali masyarakat ketika muncul dari suatu *brand*/badan usaha, bahkan suatu logo sangat penting peranannya terkadang melebihi produk yang ditawarkan sendiri, logo sendiri bagaikan nyawa/ruh yang akan menentukan suatu brand kedepannya, selain itu apabila suatu *brand* tidak mempunyai representasi logo yang menarik target *audience* pun akan kesulitan mengenali dan mengingatnya.

Media promosi merupakan salah satu elemen keberhasilan suatu perusahaan, pesatnya perkembangan jaman membuat berbagai perusahaan berlomba-lomba menciptakan terobosan dan kreativitasnya dalam media promosi untuk menarik minat audiens, terlebih media promosi merupakan sarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk jasa kepada masyarakat. Di jaman yang sedang kurang mendukung adanya interaksi langsung dikarenakan pandemi yang tak berkesudahan ini membuat berbagai perusahaan memaksimalkan media promosi mereka pada pemasaran online, pemasaran online merupakan rangkaian kegiatan pemasaran, mulai dari perencanaan, tindakan, dan kegiatan lainnya yang menunjang keberlangsungan perusahaan yang sebagian besar kegiatannya dilakukan menggunakan internet. Promosi seperti itu juga dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya pengguna internet yang mungkin bagi sebagian besar masyarakat internet telah menjadi kebutuhan sekunder mereka.

Pemanfaatan internet sebagai media promosi ini memiliki berbagai macam kelebihan dibandingkan dengan media yang lainnya, yaitu dapat dilakukan dimana saja, fleksibel, biaya yang murah/terjangkau, dan jangkauan yang sangat luas. Salah satu media promosi *online* yang sering digunakan perusahaan/badan usaha yaitu media sosial, promosi dengan media sosial akan sangat membantu sekali, dalam kasus ini yaitu media sosial Instagram karena dengan Instagram suatu badan usaha bisa dengan leluasa menyampaikan apa yang mereka tawarkan kepada target *audience* dengan cepat, dan tepat sesuai dengan perencanaan. Kane House awalnya menjalankan promosinya hanya dengan mulut ke mulut antar teman di kampus mereka dan lewat aplikasi chat seperti Whatsapp. Tak heran hal tersebut membuat Kane House sulit berkembang dan hanya mendapat pelanggan yang itu - itu saja.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa sekarang ini di jaman yang berkembang pesat terlebih teknologinya, melakukan promosi guna menyampaikan identitas visual suatu badan usaha menggunakan media sosial terutama menggunakan media sosial Instagram yang digandrungi oleh anak muda dirasa sangat tepat, hal itu juga yang akan dilakukan oleh Kane House "*Food and Drink*" dengan perancangan logo yang kuat dan unik.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis sampaikan, ditemukan rumusan masalah pada perancangan ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang logo sebagai identitas Kane House "*Food and Drink*"?
2. Bagaimana merancang media promosi online di media sosial khususnya Instagram?

### **C. Batasan Masalah**

Agar masalah yang dibahas tidak melebar dan menyimpang maka perlu adanya batasan masalah, beberapa batasan masalah perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan ini hanya memfokuskan perancangan logo dari Kane House “Food and Drink”
2. Objek perancangan ini hanya mencakup perancangan logo dan konten Instagram Kane House “Food and Drink”
3. Promosi yang dilakukan di Instagram menggunakan feed dan story

### **D. Tujuan Perancangan**

Tujuan yang hendak dicapai dari perancangan ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk membuat suatu identitas visual terutama logo dari usaha Kane House “Food and Drink”
2. Untuk menciptakan media promosi online instagram sebagai sarana informasi usaha tersebut guna menarik minat audiens

### **E. Manfaat Perancangan**

Perancangan ini diharapkan mampu memberi manfaat positif kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Lembaga

Sebagai tambahan referensi perancangan tentang identitas visual dan media promosi bagi mahasiswa dan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang desain komunikasi visual.

## 2. Bidang Keilmuan

Mengembangkan ide dan kreativitas dalam menciptakan desain komunikasi visual yang sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

## 3. Masyarakat

Memberikan tambahan wawasan dan ilmu tentang desain komunikasi visual yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan bagi masyarakat untuk me-ngembangkan usahanya secara efektif, efisien, dan tepat sasaran.

## 4. Kane House “Food and Drink”

Perancangan ini hendaknya akan membantu Kane House “Food and Drink” mendapat logo usahanya secara tepat dan mempunyai media promosi online yang tepat untuk menjangkau target audiensnya.

## F. Skema Perancangan

