

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 4.0 menciptakan aktivitas perekonomian yang melibatkan teknologi cerdas dalam kegiatannya, tidak hanya teknologi berupa sebuah mesin melainkan penggabungan mesin dan sistem kerja yang pada prosesnya melibatkan jaringan cerdas. Penggabungan ini telah mengubah berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk gaya hidup dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti perdagangan. Kegiatan ekonomi dalam revolusi industri 4.0 menjadi lebih mudah dan bersifat global, dengan melibatkan jaringan cerdas yang terintegrasi, proses perdagangan yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dapat mencapai skala yang lebih besar, sehingga perdagangan yang tercipta menjadi perdagangan global yaitu perdagangan yang melibatkan dua negara atau lebih. Perdagangan global yang tercipta di era revolusi industri 4.0 memiliki tujuan untuk memasarkan komoditas yang diperdagangkan pada tingkat internasional. Pada prosesnya, perdagangan global dikenal dengan ekspor dan impor, ekspor merupakan sebuah proses transportasi mengirimkan komoditas yang diperdagangkan ke luar negara asalnya, sedangkan impor merupakan sebuah proses transportasi memasukkan komoditas yang diperdagangkan dari negara lain ke dalam negeri.

Perdagangan global di era revolusi industri 4.0 menghadirkan ketertarikan untuk turut serta memberdayakan dan menjual berbagai komoditas produk lokal Indonesia pada pasar internasional. Hal ini menjadikan sebuah peluang untuk mensejahterakan masyarakat sebagai pelaku ekonomi terutama petani lokal Indonesia pada era saat ini sehingga kemudian dapat dikenal dan mampu bersaing dalam pasar internasional. Sebagai pelaku ekonomi, petani dan penjual tanaman umumnya melakukan perdagangan secara konvensional hingga ke tangan pembeli, tanpa melibatkan adanya suatu sistem yang terintegrasi teknologi cerdas. Perdagangan konvensional memiliki keterbatasan untuk meningkatkan taraf hidup pelaku ekonomi, yaitu keterbatasan seperti petani dan penjual tanaman yang kurang menjangkau pembeli, dan pembeli

yang tidak memiliki akses untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Maka dari itu, peranan suatu sistem yang terintegrasi teknologi cerdas menjadi sangat penting guna meningkatkan taraf hidup pelaku ekonomi.

Ijoijo.com merupakan penghubung antara petani, penjual tanaman dan pembeli, dengan menciptakan sebuah *e-commerce* yaitu aktivitas perdagangan dalam media elektronik sebagai penghubung yang telah terintegrasi sistem teknologi dengan memanfaatkan telekomunikasi jaringan cerdas, yang mampu melakukan kegiatan ekspor untuk memperdagangkan komoditas yang dimiliki petani tanaman hingga ke tangan pembeli sebagai konsumen. Dalam prosesnya, ijoijo.com bekerja sama dengan berbagai pihak demi mewujudkan dampak positif terhadap sosial ekonomi ke komunitas yang lebih luas.

Peluang ini membuat ijoijo.com memiliki tanggung jawab yang besar sebab melakukan kegiatan ekonomi ekspor. Hal ini membuat ijoijo.com sebagai perusahaan membutuhkan sebuah identitas visual yang baik dan representatif. Sejauh ini ijoijo.com sudah aktif beroperasi namun belum memiliki kelengkapan identitas visual yang lengkap dan representatif, penggunaan identitas visual yang dimiliki baru sebatas logo, kampanye di sosial media instagram dan facebook, serta website yang masih baru dimiliki. Memiliki identitas visual yang lengkap dan baik dari segi visual dapat memberi peningkatan mutu dan kesiapan sebuah *brand* untuk melakukan kegiatan *branding* usahanya pada pasar global. *Branding* merupakan hal yang penting dalam pemasaran sebuah produk, karena dengan *positioning brand* yang tepat, dapat memberikan sebuah identitas pembeda kepada sebuah *brand* diantara banyaknya *brand* yang hadir di pasaran. Maka dari itu diperlukannya perancangan kelengkapan identitas visual yang baik untuk meningkatkan mutu brand pada pasar global *e-commerce* tanaman export Indonesia.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perlu adanya perancangan komunikasi visual pada perusahaan ijoijo.com. Adapun rumusan masalah dari perancangan ini adalah:

1. Bagaimana cara merancang kelengkapan identitas visual untuk perusahaan ijoijo.com agar dapat meningkatkan mutu Brand di pasar global e-commerce tanaman secara baik, informatif dan menarik?

I.3 Batasan Perancangan

Adapun batasan perancangan mencakup perancangan kelengkapan identitas visual untuk ijoijo.com serta media pendukung *branding e-commerce* tanaman ekspor dari indonesia.

I.4 Tujuan Perancangan

Perancangan kelengkapan identitas visual ijoijo.com memiliki tujuan sebagai berikut:

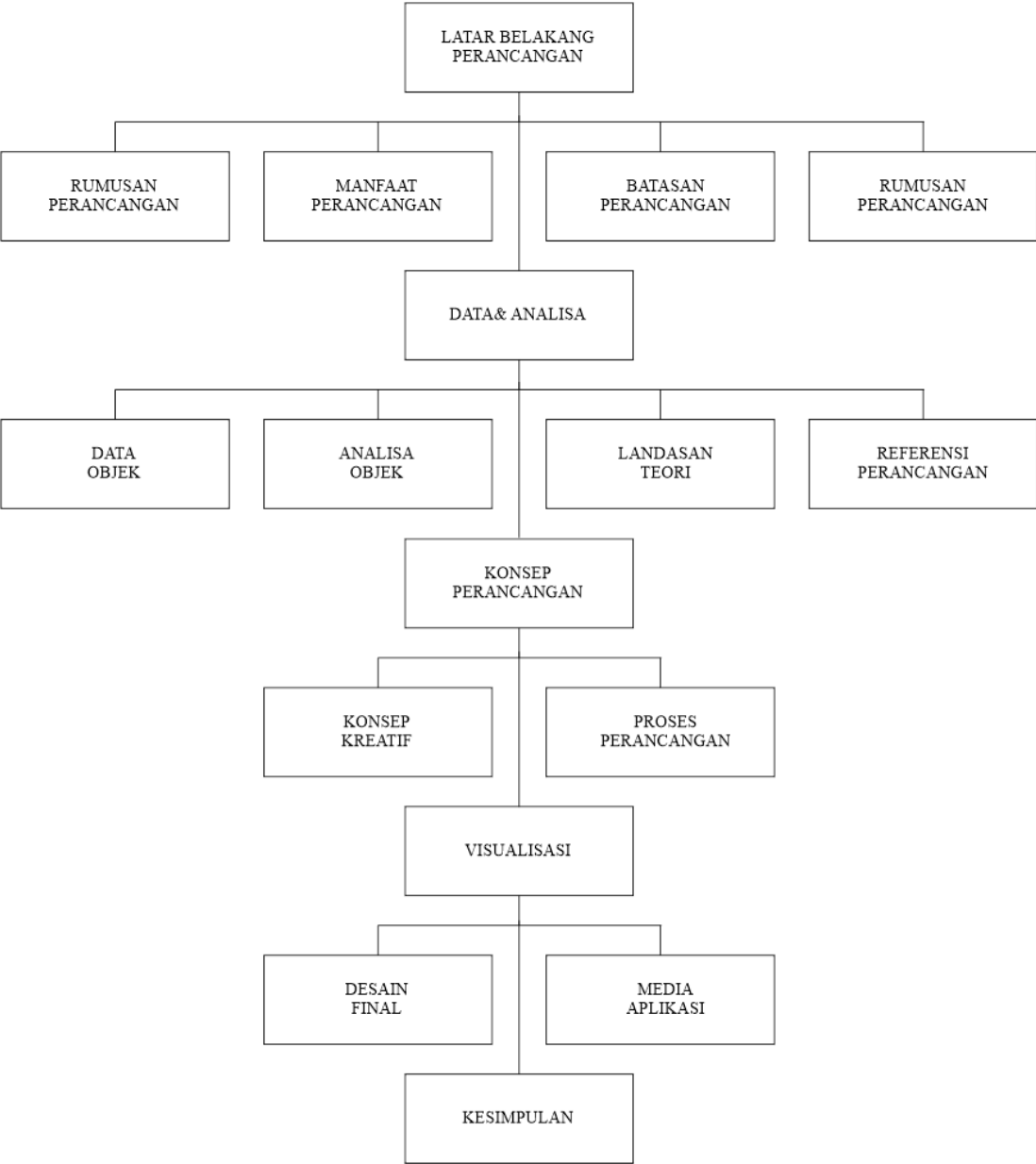
1. Merancang kelengkapan identitas visual untuk perusahaan ijoijo.com agar dapat meningkatkan mutu Brand di pasar global e-commerce tanaman secara baik, informatif dan menarik.

I.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diperoleh dari perancangan ini, yaitu manfaat praktis dan teoritis:

1. Manfaat Praktis:
 - Perancangan identitas visual bermanfaat untuk representatif perusahaan sehingga memberikan strategi yang efektif dalam membangun kesadaran konsumen akan sebuah *brand*
2. Manfaat Teoritis:
 - Perancangan identitas visual ini diharapkan memberikan manfaat sebagai rujukan pengembangan ilmu sehingga dapat menambah wawasan dan referensi.

I.6 Skema Perancangan



Bagan 1 Skema Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)