

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang. Sehingga menciptakan obyek-obyek, teknik yang dapat membantu manusia dalam pengerjaan sesuatu lebih efisien dan cepat. Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut beragam alat canggih diciptakan seperti terciptanya alat-alat transportasi. Transportasi merupakan suatu sarana yang digunakan masyarakat untuk melakukan aktifitasnya, bahkan merupakan kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat karena alat-alat tersebut mempermudah dan mempercepat proses pekerjaan mereka, terutama pada masyarakat yang bekerja sebagai pebisnis ekspor maupun impor barang.

Di Indonesia saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan baru yang bergerak dibidang jasa transportasi khususnya jasa transportasi kargo untuk ekspor maupun impor barang, yang dengan cepat bermunculan dan langsung mendapatkan tempat dihati para pelanggannya. Persaingan usaha antara perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, membuat konsumen menjadi teliti dan hati-hati lagi dalam menentukan perusahaan mana yang cocok untuk dijadikan mitra kerja yang dapat diandalkan dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Bapak Rakhmat Karim ada sekitar 2000 perusahaan sejenis di Indonesia, namun hanya 200 perusahaan sejenis yang masih bekerja atau potensial bergerak dibidangnya. Karena melihat peluang bisnis yang cukup menguntungkan, kemudian Bapak Rakhmat Karim dengan beberapa rekanya membuat perusahaan sendiri dibidang kargo tersebut yang diberi nama PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Dengan kantor pusat yang berlokasi di Perkantoran Cempaka Putih Jl. Letjend Suprpto No. 160 Jakarta, juga ikut serta dalam pergerakan usaha di bidang jasa transportasi kargo tersebut.

PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memulai usahanya sejak tahun 1989, oleh beberapa anggota utama yang memiliki pengetahuan luas dan mahir di bidang industri pengiriman dan muatan lanjutan. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans sudah mendapat ijin usaha pada tanggal 3 Mei 1989. Dengan ijin usaha No. AL003/14/8/W.DKI.JKT.89. yang bergerak dalam bidang jasa transportasi kargo untuk ekspor maupun impor.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi ekspor maupun impor PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans di nilai belum bisa memantapkan citra konsumen dalam segi identitas perusahaan serta kurangnya kegiatan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media-media yang tepat bagi perusahaan untuk memperkuat citra jasa transportasi kargo dengan alat berat *container* tersebut.

Usaha jasa transportasi kargo ini sudah memiliki lambang perusahaan, akan tetapi lambang identitas perusahaan tersebut kurang berfungsi dengan baik dalam proses penunjukan identitas serta komunikasi pada kegiatan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap perlengkapan dan peralatan perusahaan yang di jalankan selama ini, sedangkan padahalnya pengaplikasian identitas visual perusahaan sangat penting sebagai *brand awareness* terhadap benak konsumen. Hal ini dikarenakan kurangnya perhatian terhadap pentingnya lambang identitas perusahaan sebagai salah satu bagian dari *corporate identity* dalam suatu perusahaan.

Seperti pada kalimat diatas, perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memiliki lambang identitas visual perusahaan namun kurang berfungsi dengan baik dalam proses penunjukan identitas visual perusahaan sebagai *brand awareness* terhadap konsumennya, hal ini dikarenakan lambang dari perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans memiliki kesamaan dengan bentuk lambang maupun identitas visual dari perusahaan kargo sejenis lainnya yang ada di Indonesia pada umumnya, yaitu memiliki kesamaan dalam bentuk *icon* pada lambang perusahaan ini yaitu *icon* yang berbentuk bendera dengan unsur garis didalamnya.

Identitas visual perusahaan kargo di Indonesia pada umumnya banyak sekali yang identitas visualnya memiliki unsur bentuk bendera. Oleh karena itu identitas

visual perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dinilai kurang berfungsi dengan baik dalam proses penunjukan identitas visual perusahaan sebagai *brand awareness* terhadap konsumennya karena terlihat sama dan tidak ada bedanya dengan perusahaan sejenis lainnya.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Kargo di Indonesia

Sumber : (Google.com, 20-04-2015, 11:30)

Sedangkan Menurut Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* (2010 : 103), makna logo sangat penting bagi perusahaan. Logo juga sangat diperlukan oleh konsumen, dalam hal ini telah di tetapkan bahwa logo sangat dibutuhkan oleh perusahaan atau organisasi guna mengenalkan identitas dan menyebarkan citra. Di lain pihak, dengan adanya logo maka konsumen terbantu mengenali produk yang dicari.

Tanpa adanya pemberian label maupun logo pada suatu produk atau jasa, orang-orang atau para konsumen pasti akan kerepotan untuk menemukan barang atau jasa yang mereka inginkan. Di era global market yang sangat kompetitif saat ini, logo bukan lagi sekedar tanda atau merek dagang saja, melainkan sudah menjadi senjata bisnis. Umumnya setiap lembaga atau perusahaan memiliki lambang berupa logo yang merupakan identitas dari bidang perusahaan tersebut.

Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dan media komunikasi yang efektif sebagai media penyampai pesan untuk dapat memperkuat perusahaan ke target konsumennya, Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan cara merancang

sebuah identitas visual yang sesuai untuk perusahaan tersebut serta pengaplikasian identitas perusahaan ke media-media promosi yang baik dan sesuai dengan citra dan image perusahaan. Untuk mendesain identitas yang sesuai dengan perusahaan perlu adanya pengidentifikasian perusahaan yang dapat di angkat sebagai citra dan image perusahaan tersebut. Identitas visual perusahaan juga harus informatif, karna akan memberikan ciri khas tersendiri dari perusahaan ke dalam benak khalayak orang banyak.

Berdasarkan permasalahan diatas, Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini. Tujuannya adalah untuk membantu PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dalam memperkuat citra yang dimilikinya sekaligus merancang media promosi yang tepat sehingga calon konsumen maupun masyarakat lebih mengetahui keberadaannya. Dengan permasalahan yang ada itu, Penulis merasa perlu adanya perancangan identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) baik berupa logo serta pengaplikasian identitas visual perusahaan tersebut ke beberapa item maupun media promosi yang tepat, tanpa menghilangkan keseluruhan dari *image* perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans yang sudah ada pada benak konsumennya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah-masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

- a. PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans belum memiliki identitas visual yang kuat.
- b. Pengelolaan pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media yang tepat untuk perusahaan belum dikelola secara maksimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi permasalahan yang ada, juga diperlukan beberapa rumusan masalah untuk menghasilkan sebuah perancangan yang baik, yang akan menentukan pada pengaplikasiannya beberapa item yang terkait dengan perusahaan. Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah yang akan diangkat, antara lain :

- a. Bagaimana merancang sebuah identitas visual yang sesuai untuk menguatkan citra PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ?
- b. Bagaimana mengaplikasikan perancangan identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) dan media pengaplikasian identitas visual perusahaan terhadap media-media yang tepat bagi *target audience* PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans ?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan Tugas Akhir yang dilakukan sejak bulan Februari hingga Juni tahun 2015 ini memfokuskan diri pada sebuah perusahaan jasa transportasi kargo atau ekspedisi yang dikelola oleh Bapak Rakhmat Karim, bernama PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Perusahaan jasa transportasi kargo ini berlokasi di Perkantoran Cempaka Putih Jl. Letjend Suprpto No. 160 Jakarta.

Adapun cakupan objek yang akan dikaji dalam perancangan Tugas Akhir ini, dalam kaitannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual, maka fokus tugas akhir ini adalah identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) dan pengaplikasiannya pada media-media yang telah digunakan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans sebelumnya. Nantinya, Penulis akan mampu merancang sebuah identitas yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dan media-media yang tepat untuk memasarkan serta mengenalkan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans kepada *target audience*.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut,

- a. Merancang identitas visual perusahaan yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Dengan dibuatnya identitas baru yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, diharapkan akan memberikan dampak yang baik pada citra dan image perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans baik internal maupun eksternal serta diharapkan akan memberikan solusi bagi perkembangan perusahaan untuk lebih maju lagi kedepannya di tengah-tengah persaingan yang ketat.
- b. Merancang dan mengaplikasikan identitas visual perusahaan ke dalam media-media yang tepat seperti peralatan dan perlengkapan perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

1.5 Cara Pengumpulan Data

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, untuk memperoleh data yang dibutuhkan, Penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi

Metode Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara. Rohidi (2011 : 182). Observasi akan dilakukan langsung pada objek penelitian baik berupa identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*), media-media yang digunakan terdahulu serta karakter dari perusahaan PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.

- b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan penelusuran berbagai teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli

yang telah melakukan penelitian. Soewardikoen (2013 : 6). Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data baik dari buku-buku, literatur, catatan, dan laporan yang terkait dengan perancangan Tugas Akhir ini. Selain itu data sekunder dari penelitian serupa akan dipergunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

c. Wawancara

Penulis akan mewawancarai narasumber dari PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans, yaitu Bapak Rakhmat Karim (*Director*). Hal ini penulis lakukan untuk memperoleh data primer yang akan digunakan dalam Tugas Akhir ini. Data primer adalah data yang hanya diperoleh dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk file-file. Data ini harus melalui nara sumber yang bersangkutan, salah satu metode pengumpulan data primer secara aktif adalah wawancara langsung. Sedangkan menurut Rohidi (2011 : 208).

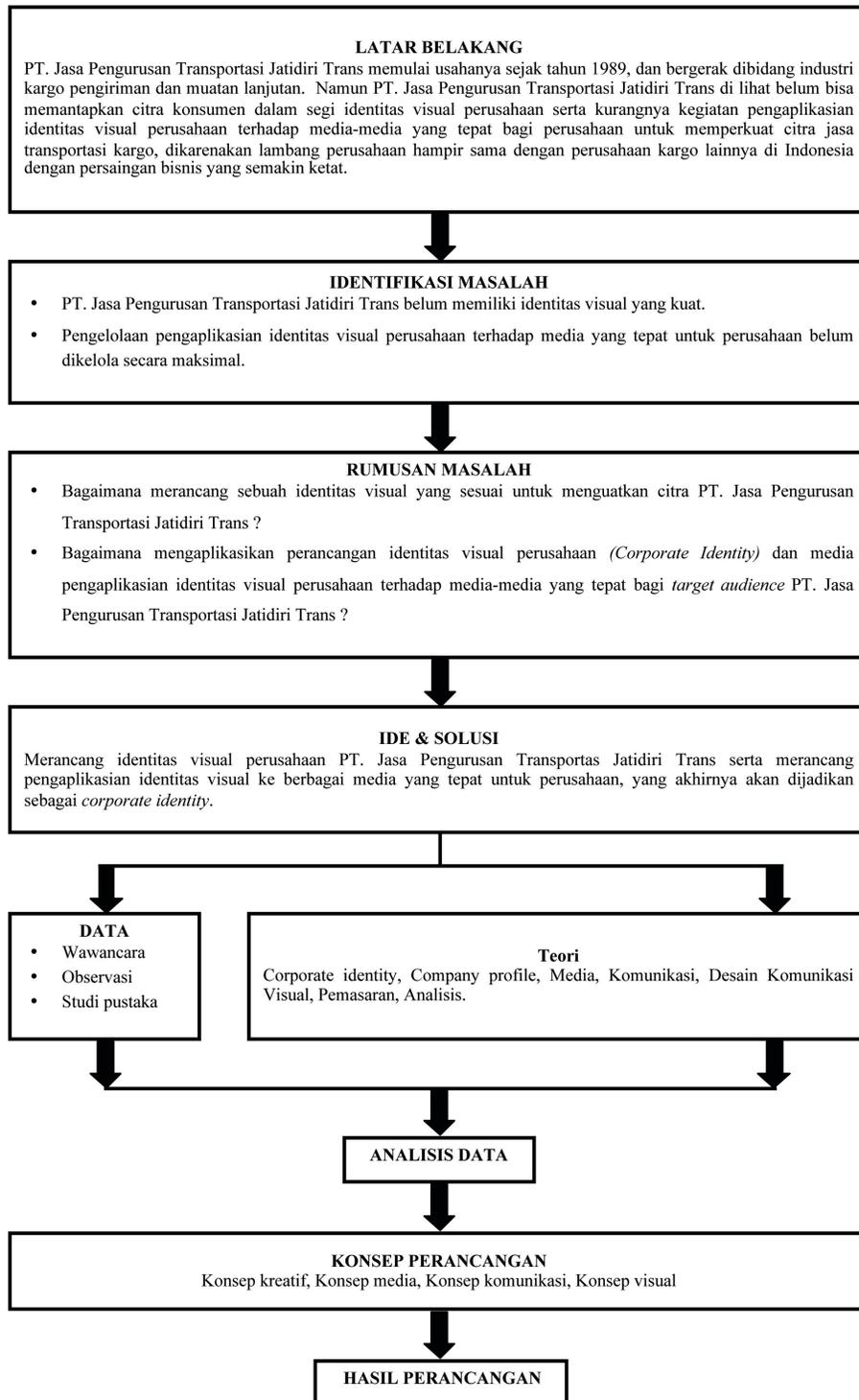
Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian itu.

1.6 Kerangka Penelitian

Dalam kerangka perancangan Tugas Akhir ini, Penulis melihat fenomena-fenomena serta indikasi yang terdapat pada bidang industri jasa transportasi kargo khususnya PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Dalam menghadapi persaingan, identitas visual perusahaan yang dimiliki PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dirasa masih belum mampu untuk membuatnya lebih dikenal oleh konsumennya. Hal tersebut dikarenakan identitas dan media promosi yang dimiliki belum dikelola secara maksimal sehingga

target konsumen kurang mendapatkan informasi mengenai PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang identitas perusahaan yang sesuai untuk PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans dan media promosi yang tepat sehingga *image* yang dimiliki oleh target konsumen PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans semakin tinggi.

Berikut kerangka perancangannya :



Gambar 1. 2 Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

Guna memudahkan memahami Tugas Akhir, maka penulisan dibagi dalam pembabakan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis kerangka perancangan serta pembabakan dari perancangan Tugas Akhir ini.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian studi pustaka, dan teori-teori dasar yang berkaitan langsung dengan objek pada perancangan Tugas Akhir, yakni mengenai identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) dan media promosi.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti identitas visual perusahaan (*Corporate Identity*) dan media-media promosi yang telah digunakan sebelumnya oleh PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans. Terdapat pula tabel analisis SWOT serta matriks agar dapat menentukan perancangan yang nantinya dilakukan oleh Penulis.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisikan keseluruhan konsep yang dilakukan dalam menjawab tujuan dari perancangan Tugas Akhir ini. Mulai dari konsep ide, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis, dan sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

5. BAB V PENUTUP

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari perancangan dan analisis data yang telah dilakukan, serta ditampilkan pula saran-saran yang berkaitan dengan perancangan Tugas Akhir ini.