

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di zaman sekarang, masyarakat sangat membutuhkan informasi untuk mengetahui apapun yang sedang terjadi, berita adalah salah satu media informasi yang efektif, yang dikemas baik berupa tulisan maupun visual. Berita menyajikan beragam informasi secara fakta dengan bermacam-macam kategori yang disampaikan berupa fisik (cetak) maupun elektronik. Berita juga dapat disampaikan melalui perorangan.

Berita online menjadi media untuk mendapatkan informasi secara mudah. Masyarakat yang membutuhkan informasi dengan waktu yang padat dan sibuk dapat dengan mudah mengakses berita secara online hanya dengan menggunakan aplikasi di smartphone maupun membuka website pada komputer tanpa harus membeli media cetak seperti koran dan majalah ataupun menonton berita di televisi.

Teknologi yang semakin berkembang memberikan kemudahan untuk mengakses beragam berita yang disajikan oleh berbagai macam sumber yang ada. Para penyedia berita elektronik berlomba-lomba untuk menyajikan berita yang kreatif dan berkualitas. Kemerintahan dari berita yang disajikan selain dari penulisan baik dari judul maupun isinya, didukung juga oleh tampilan visual yang menarik dari perusahaan pembuat berita tersebut.

Internet menjadi pondasi masyarakat untuk mengetahui informasi disekitarnya dan menjadi wadah untuk kumpulan berbagai berita serta menjadi wadah untuk berbisnis secara online. Internet memberikan kemudahan untuk mengakses apapun kepada masyarakat guna mendapatkan beragam informasi seperti berita yang disediakan oleh berbagai sumber yang menyediakan berbagai informasi terkini secara online. Dengan bantuan smartphone akan lebih memudahkan masyarakat mengakses internet kapanpun dan dimanapun mereka berada. Dengan adanya fasilitas internet berbagai perusahaan media massa berlomba-lomba

untuk menyajikan beritanya secara online, dengan membuat website, aplikasi, dan social media, dengan tujuan memberikan kemudahan dalam menyampaikan beritanya kepada masyarakat ataupun target audiencenya. Kominfo menjelaskan disitusnya bahwa *e-Marketer* telah mendata pengguna internet di Indonesia tahun 2016 berjumlah 102 juta orang, tahun ini akan diperkirakan bertambah menjadi 112 juta orang yang menduduki peringkat ke 6 pengguna internet diseluruh dunia

Aplikasi yang terdapat didalam smartphone menjadi tempat yang fleksibel untuk menampung berbagai macam berita. Pada tahun 2016 APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mendata pengguna smartphone di Indonesia mencapai 89,9 juta orang menjadikan para perusahaan media massa berlomba-lomba membuat beragam aplikasi berita semenarik dan se-sederhana mungkin untuk menarik perhatian, ketertarikan, dan kemudahan bagi pengguna smartphone untuk membaca beritanya. Aplikasi yang dibuat oleh perusahaan media massa lebih banyak berbasis android karena pengguna sistem android di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 70 juta orang setelah didata oleh *techinasia.com*. dikarenakan lebih banyak pilihan pada merk ponsel dan harganya pun bervariasi serta terjangkau.

Desain yang menarik dan sederhana menjadi faktor kualitas dari aplikasi itu sendiri. Logo perusahaan yang menjadi logo dari sebuah aplikasi smartphone harus disesuaikan sedemikian rupa agar tetap terlihat jelas saat ditampilkan di berbagai ukuran layar smartphone. Desain yang menarik pada logo aplikasi menjadi keputusan pengguna smartphone untuk mencoba mengunduhnya, setelah diunduh maka perusahaan penyedia aplikasi tersebut mendapatkan jumlah pengunduh dan rating untuk mendapat peringkat aplikasi terbaik. Aplikasi pun juga harus didesain secara menarik dan sederhana pada tampilan menunya sesuai dengan target audiencenya agar pengguna tersebut dapat dengan mudah mendapatkan informasi didalamnya serta sesuai dengan kebutuhan informasi utamanya.

Logo menjadi hal yang utama untuk mewakili dan mempresetasikan karakter dari identitas perusahaan tersebut baik secara fisik maupun digital. Logo yang baik haruslah mudah terbaca dengan jelas pada saat ditampilkan dari jarak yang dekat maupun jauh, serta mudah dipahami arti dari logo tersebut entah itu perusahaan suatu produk ataupun penyedia layanan jasa.

Babanews.co adalah salah satu dari sekian banyak media berita online yang menyajikan berita secara ringan dan menghibur kepada audience nya untuk memberikan informasi setiap harinya sesuai dengan fakta dari peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi. Penyajian berita babanews terdapat penulisan di dalam website serta tampilan audio visual berupa video pendek yang diunggah ke dalam channel Youtube yang diberi nama babanews tv.

Kendala yang di hadapi oleh babanews.co adalah belum mempunyai identitas perusahaan yang menggambarkan karakter dari kepribadian babanews.co, serta belum efektif dalam penerapannya pada media yang sesuai untuk keperluan promosi yang sesuai dengan target sasaran pembacanya yaitu mahasiswa dan pekerja, untuk membedakan identitas babanews.co dengan perusahaan media elektronik lainnya. Survey yang di dapat dari *all web site data* selama kurung waktu sebulan (5 agustus 2017 s/d 5 september 2017). Dalam data pengunjung terdapat sekitar 419 orang serta total user baru terdapat 238 user di indonesia. jumlah *viewers* mencapai 2612 dengan rata-rata waktu pengunjung mengunjungi website Babanews.co kurang lebih 2 menit. Pendapatan babanews.co dari *adsense* maupun *e-commerce* masih Rp. 0 di dalam kurung waktu sebulan.

Dengan membuat perancangan ulang identitas visual berupa logo babanews.co dan penerapannya pada media aplikasi digital di *smartphone*, penulis berharap mampu meningkatkan *brand awareness* untuk target penerimanya, menjadikan babanews.co terlihat berbeda dengan kompetitornya sehingga *audience* baru dapat mengetahui dan mudah mengingat secara cepat apa itu babanews.co dengan penyajian logo yang unik, lucu, dan sederhana yang mudah diaplikasikan pada berbagai media

kebutuhan perusahaan terutama pada media digital baik *website* maupun aplikasi android. Penulis berharap menambah ketertarikan *visitor* untuk berkunjung ke *website* babanews.co serta tertarik untuk mengunduh aplikasi yang disediakan di *smartphone*.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di susun, maka di tarik beberapa permasalahan, antara lain:

1. Identitas yang masih kurang mencerminkan karakter babanews.co.
2. Masih kurangnya desain dan elemen-elemen pendukung didalam *user interface* babanews.co

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana merancang identitas visual berupa loga dan *user interface* pada *website* dan aplikasi android dari babanews.co ?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Dari identifikasi masalah yang sudah ditemukan maka ruang lingkup dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Apa:

Obyek dari penelitian ini adalah perancangan identitas visual berupa logo dan user interface babanews.co hingga penerapannya pada media digital website dan *mobile application*.

1.3.2 Siapa:

Target audience dari babanews.co adalah mahasiswa dan pekerja, berusia 18 hingga 38 tahun, pada tingkatan kelas sosial menengah hingga menengah atas dengan memiliki alat komunikasi digital berupa smartphone ataupun komputer yang terhubung dengan jaringan internet

1.3.3 Kapan:

Selama proses penelitian dan perancangan tugas akhir dari pencarian data sampai dengan sidang akhir, yaitu 7 Agustus 2017 sampai dengan 12 Januari 2018

1.3.4 Dimana:

Kantor babanews.co yang terletak di jl. Teluk Buyung, Bandung, Indonesia.

1.3.5 Mengapa:

Masyarakat yang membutuhkan informasi setiap harinya tetapi belum mengetahui babanews.co.

1.3.6 Bagaimana:

Dengan melakukan perancangan identitas perusahaan yang akan di implementasikan ke dalam website babanews.co sebagai identitas visual yang menjadi pembeda serta menarik agar sesuai dengan target audience dari babanews.co.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ulang logo babanews.co membangun citra positif perusahaan dengan adanya identitas visual beserta pengaplikasiannya pada media yang sesuai kebutuhan perusahaan bertujuan menggambarkan logo yang memberikan informasi secara ringan dan humoris serta dapat dengan mudah di implementasikan pada media online dan aplikasi smartphone berupa *user interface*.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam perancangan identitas babanews.co , ini dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif didefinisikan sebagai kajian berbagai studi dan kumpulan berbagai jenis materi empiris, seperti studi kasus, pengalaman personal, pengakuan introspektif, kisah hidup, wawancara, artifak, berbagai teks dan produksi kultural, pengamatan, interaksional, sejarah serta bermacam-macam teks visual (Septiawan Santana Kurnia, 2010:5). Penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, gambar, dan foto yang diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan organisasi tertentu sehingga fenomena yang ada dapat ditulis dengan jelas kebenarannya.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

A. Studi Pustaka

Metode ini di gunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan secara tidak langsung melalui pencarian referensi-referensi buku yang mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah identitas dan desain *website* babanews.co. seperti buku karya penulis Suriyanto Rustan yang berjudul mendesain logo dan bisnis desain, Danton Sihombing yang berjudul tipografi dalam desain grafis, Rahkmat supriyono yang berjudul desain komunikasi visual teori dan aplikasinya, Didit Widiatmoko S yang berjudul metodologi penelitian visual, hingga buku mengenai *user interface* karya Nazruddin Saffat H yang berjudul pemograman aplikasi *smartphone*, dan lain-lain yang dapat menjadi acuan untuk membatu perancangan tugas akhir ini. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mencari informasi yang akurat sehingga masalah yang terjadi di dalam babanews.co dapat tepecahkan.

B. Observasi Lapangan

Observasi: mengunjungi secara langsung kantor babanews.co yang berlokasi di jl. Teluk Buyung No.15, Bandung, Jawa Barat. Untuk mendapatkan infromasi berupa data visual untuk menjadikan bukti penelitian pada tugas akhir ini.

C. Wawancara: wawancara secara langsung menggunakan pertanyaan secara lisan dengan narasumber. Berupa pertanyaan spesifik tentang perusahaan yang di teliti, dati latar belakang masalah yang dihadapi hingga masukan dari para ahli untuk memecahkan masalah yang diteliti oleh penulis. Narasumber pada penelitian ini adalah owner dan

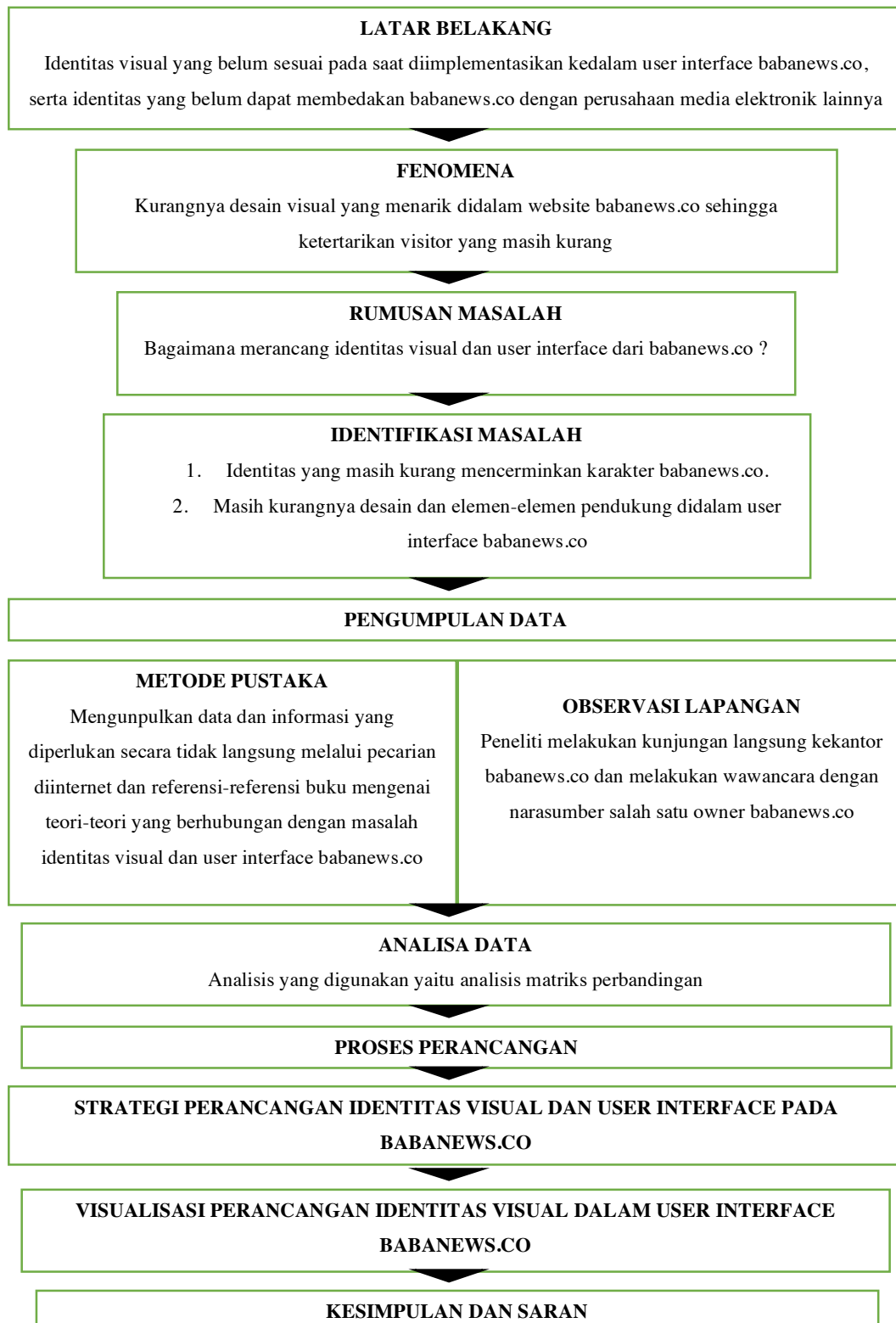
leader babanews.co, audience babanews.co, ahli logo, ahli user interface, dan kompetitor sejenis. dipilihnya metode wawancara didalam perancangan identitas perusahaan ini guna mendapatkan informasi secara fakta yang harus diungkapkan oleh subjek berupa kata-kata secara langsung, sehingga dapat dengan jelas menggambarkan objek perancangan yang mewakili identitas perusahaan sehingga dapat diaplikasikan kedalam perancangan identitas visualnya.

D. Kuisisioner: Menyiapkan pertanyaan yang berisi tentang babanews.co yang akan disebarakan kepada khalayak target babanews.co itu sendiri secara online menggunakan google *form* diwilayah Jabodetabek dan Kota Bandung. Target premier adalah pria dan wanita remaja hingga dewasa berusia 18-38 tahun, kelas soisal menengah hingga menengah atas, Target sekundernya adalah pelajar/mahasiswa, pekerja, pengusaha, ibu rumah tangga, yang membutuhkan informasi setiap waktu secara online. Penyebaran pertanyaan kepada khalayak target mengenai pengetahuan tentang adanya babanews.co dan penilaian konten visual didalamnya. Sehingga dari kuisisioner ini dapat mengetahui masalah yang diterima oleh khalayak target serta mengatasi masalah yang ada didalam identitas visual dari babanews.co.

1.5.3 Metode Analisis Data

Metode analisis yang akan di gunakan yaitu analisis dan matriks perbandingan diambil dari buku karya Didit Widiatmoko S yang berjudul metodologi penelitian visual. Dengan melakukan perbandingan pada dua kompetitor sejenis yaitu malesbanget.com dan hipwee. Penulis melakukan analisis perbandingan pada masing-masing logo perusahaan dan mengaudit user interfacenya. Setelah melakukan analisis perbandingan, penulis menjabarkan kesimpulan dari hasil analisis.

1.6 Kerangka Perancangan



*Skema 1.1 Kerangka perancangan
(Dokumen Penulis)*

1.7 Pembabakan

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah / fenomena yang diangkat rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan. Agar permasalahan tersebut mempunyai fokus dan tidak keluar dari permasalahan tersebut.

BAB II: DASAR PEMIKIRAN

Berisikan dasar pemikiran melalui teori – teori yang cocok untuk dijadikan landasan perancangan identitas visual dari babanews.co. Teori yang digunakan terkait dengan identitas, brand, warna, tipografi, perilaku konsumen, media, dan teori desain komunikasi visual.

BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini berisi dari data – data yang di peroleh dari narasumber yang terkait dengan permasalahan yang diangkat, data hasil wawancara yang didapat. Beserta analisis yang digunakan yaitu matriks perbandingan

BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisi dari penjelasan tentang konsep visual dan hasil perancangan.

BAB V: PENUTUP

Merupakan kesimpulan dan saran dari hasil perancangan ulang identitas visual berupa logo pada tugas akhir ini.