

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri helm di Bali berkembang pesat terutama di kota Singaraja seiring dengan meningkatnya penggunaan kendaraan bermotor. Helm merupakan alat pelindung kepala standar yang digunakan untuk melindungi kepala jika terjadi kecelakaan yang melibatkan pengendara sepeda motor (Arianti *et al.*, 2023). Helm tidak hanya melindungi kepala, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup. Meskipun banyak toko helm baru bermunculan, banyak dari mereka yang belum memiliki strategi pemasaran yang efektif.

Pusat Helm Singaraja adalah sebuah usaha helm yang beroperasi pada tahun 2022. Menurut Zaldi Muhammad Abbas (pemilik usaha Pusat Helm Singaraja) menyatakan bahwa, usaha ini didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan perlindungan dan keselamatan dalam berkendara (wawancara pada tanggal 16 Mei 2024). Pusat Helm Singaraja dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki pelanggan loyal dan memiliki potensi berkembang untuk usahanya. Meskipun ada banyak toko helm lain yang berada di Singaraja, toko ini memiliki posisi unik namun belum memaksimalkan brand untuk usahanya.

Berdasarkan wawancara pada tanggal 16 Mei 2024, dengan pemilik Zaldi Muhammad Abbas (pemilik usaha), mengungkapkan tantangan utama yang dihadapi oleh Pusat Helm Singaraja adalah kesulitan dalam merancang identitas yang tepat karena keterbatasan kemampuan dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya identitas visual dan promosi untuk sebuah usaha. Oleh karena itu, laporan ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual untuk memperkuat kehadiran Pusat Helm Singaraja di ranah promosi dengan berfokus pada identitas visual berupa logo untuk identitas diri. Dengan adanya identitas visual yang kuat serta didukung dengan adanya media promosi, Pusat Helm Singaraja akan menjadi salah satu dari beberapa usaha helm yang unggul di daerah sekitarnya, dikarenakan telah memiliki pembeda diantara usaha satu dengan usaha lainnya.

Menurut Kotler *et al.*, (2012) dalam Sya'idah *et al.*, (2020) menyatakan bahwa brand adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi

semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya. Sebuah usaha yang mempunyai Branding yang kuat menjadi daya tarik konsumen dan akan lebih mudah dipromosikan kepada masyarakat luas (Rezky *et al.*, 2021).

Promosi merupakan suatu kegiatan dalam mengenalkan sebuah keistimewaan yang terdapat pada suatu produk untuk memikat serta membujuk calon pembeli agar tertarik dalam melakukan pembelian (Suciana & Syahputra, 2023). Media promosi bukan hanya sekadar alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun dan mempertahankan citra merek yang kuat di mata konsumen. Mempromosikan sebuah usaha bisa menguntungkan, namun tidak selalu menjamin konsumen akan tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan.

Perkembangan era digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran, termasuk bagi usaha mikro seperti penjualan helm. Memanfaatkan teknologi digital sangat membantu usaha kecil dalam memperluas jangkauan promosi, karena dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Promosi melalui media digital sangat menguntungkan karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas pada penduduk lokal tetapi juga orang-orang di luar Singaraja. Kurangnya penggunaan media digital bisa menjadi kendala dalam mencapai audiens yang lebih luas, terutama di era ketika konsumen semakin terhubung secara online.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Zaldi Muhammad Abbas (pemilik usaha), sebagai tantangan utama yang dihadapi oleh Pusat Helm Singaraja adalah kesulitan dalam merancang identitas yang tepat karena keterbatasan kemampuan dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya identitas visual dan promosi untuk sebuah usaha. Oleh karena itu, laporan ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual untuk memperkuat kehadiran Pusat Helm Singaraja di ranah promosi dengan berfokus pada identitas visual berupa logo untuk identitas diri. Dengan adanya identitas visual yang kuat serta didukung dengan adanya media promosi, Pusat Helm Singaraja akan menjadi salah satu dari beberapa usaha helm yang unggul di daerah sekitarnya, dikarenakan telah memiliki pembeda diantara usaha satu dengan usaha lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada perancangan ini sebagai berikut.

1. Bagaimanakah merancang identitas visual sebagai media utama berupa logo untuk promosi usaha Pusat Helm Singaraja ?
2. Bagaimanakah merancang media pendukung untuk promosi usaha Pusat Helm Singaraja?

1.3 Batasan Masalah

Dalam tugas akhir ini dibatasi pada masalah merancang desain logo Pusat Helm Singaraja dan media pendukung lainnya .

1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tujuan perancangan pada media promosi ini sebagai berikut.

1. Menghasilkan rancangan identitas visual sebagai media utama berupa logo untuk promosi usaha Pusat Helm Singaraja.
2. Menghasilkan rancangan media pendukung untuk promosi usaha Pusat Helm Singaraja.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Sebagai Media Promosi Usaha Pusat Helm Singaraja” ini sebagai berikut.

1. Manfaat bagi masyarakat yaitu mendapatkan informasi yang lebih jelas dan menarik tentang usaha Pusat Helm Singaraja melalui media promosi yang telah dirancang dengan baik.
2. Manfaat bagi usaha (Pusat Helm Singaraja) yaitu meningkatkan citra merek dengan menciptakan identitas yang unik dan berbeda, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen.

3. Manfaat bagi Lembaga (Undiksha) yaitu meningkatkan reputasi dan menjadi dokumen referensi bagi pendesain logo, khususnya untuk Pusat Helm Singaraja.
4. Manfaat bagi mahasiswa yaitu menambah wawasan dan pengalaman dalam merancang media promosi untuk usaha nyata.

1.6 Sasaran/Target Perancangan

Target utama dari perancangan ini sebagai berikut.

Perancangan ini ditujukan untuk semua kalangan, karena Pusat Helm Singaraja menjual helm untuk konsumen dari berbagai usia.

1.7 Pengertian Judul

Dalam tugas akhir yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Sebagai Media Promosi Usaha Pusat Helm Singaraja” ini memiliki arti sebagai berikut.

Perancangan adalah proses mendeskripsikan, merencanakan, dan menyusun elemen-elemen independen menjadi satu kesatuan yang fungsional dan utuh (Wendi Harisa *et al.*, 2023 dalam Zulhidayati *et al.*, 2024).

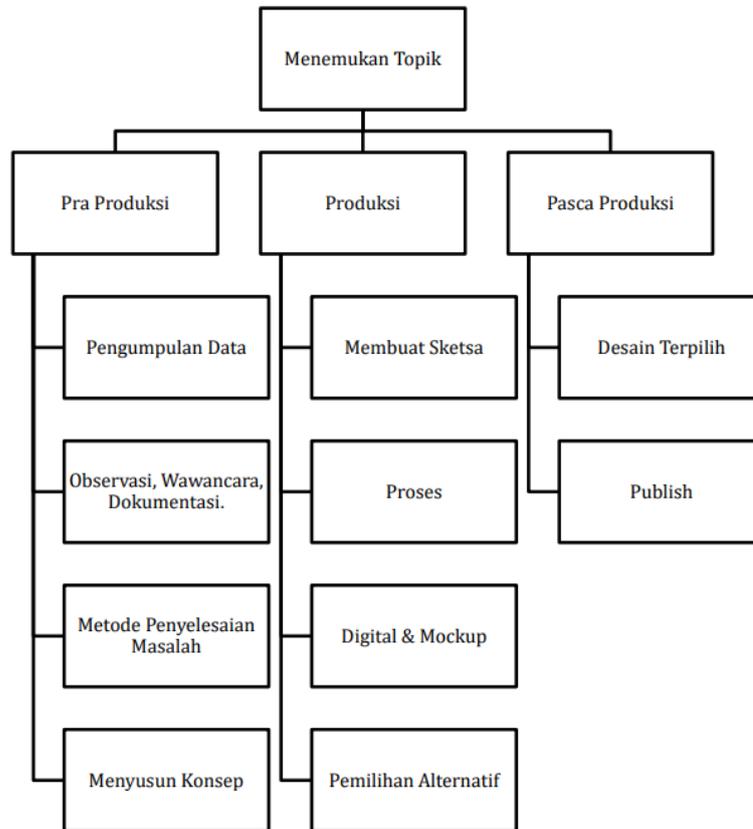
Identitas visual, menurut Wheeler (2018) dalam Cuaca *et al.*, (2023) adalah bentuk fisik yang menarik secara indrawi, serta identitas berfungsi untuk memperkuat persepsi konsumen, membedakan merek, dan memudahkan mereka dalam memahami pesan serta makna yang disampaikan oleh merek tersebut. Selain itu, identitas ini juga berperan sebagai alat dan strategi bisnis untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan target konsumen (Fauzan & Apsari, 2020 dalam Adhitya *et al.*, 2023). Identitas visual lebih dari sekadar simbol dan sangat penting karena memberikan pengenalan merek yang lebih baik kepada pelanggan dan meninggalkan kesan yang kuat pada mereka.

Media promosi mencakup berbagai cara untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk, layanan, atau merek kepada audiens. Media promosi bertujuan untuk membuat orang lebih sadar, menarik perhatian mereka, dan mendorong mereka untuk bertindak.

Secara keseluruhan, judul tugas akhir ini berfokus pada pembuatan identitas visual berupa logo untuk usaha Pusat Helm Singaraja. Tujuannya ialah

memperkenalkan usaha Pusat Helm Singaraja, serta menarik perhatian pelanggan, dan mempromosikan merek dengan efektif.

1.8 Alur Perancangan



Gambar 1.1 Alur Perancangan
(Sumber: Arya Farhan Hakim ,2025)

