

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Identitas merupakan salah satu karakteristik dari sebuah perusahaan yang berfungsi untuk membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan lain, yang biasanya disampaikan pada nama, logo, bangunan, slogan dan hal lainnya. Identitas merek dapat mendorong pengenalan, memperkuat diferensiasi, membuat gagasan dan makna besar dapat diakses dengan mengambil elemen yang berbeda dan menyatukannya ke dalam keseluruhan sistem (Wheeler, 2003, p 4). Dengan berjalannya waktu dan munculnya perdagangan elektronik yang sebagian besar menggunakan internet, identitas suatu perusahaan bahkan lebih cepat terbentuk, akan tetapi seringkali terabaikan. Namun dengan adanya dukungan berkomitmen terhadap kualitas produk, operasional dan layanan dapat membangun sebuah kepercayaan dan dapat memperkuat identitas perusahaan dari sudut pandang orang lain secara berkelanjutan (Heskett, 2005, p 93). Menentukan identitas untuk sebuah perusahaan tidaklah mudah. Bermula dari tujuan didirikannya perusahaan itu, segmentasi pasar yang akan dituju, bidang industri yang dipilih, perusahaan tersebut juga harus memiliki arah identitas visual yang berhubungan dengan merek perusahaannya itu sendiri.

Klikasuransiku.com merupakan sebuah kanal distribusi asuransi jiwa yang didirikan sejak tahun 2018 dengan sistem digital. Dengan faktor demografi yang didominasi oleh kelompok generasi milenial, Klikasuransiku.com hadir untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat akan perlindungan nilai ekonomis pribadi dan keluarga, mengedepankan inovasi dalam manfaat produk, serta mengembangkan jaringan distribusi berbasis internet untuk memberikan pelayanan maksimal bagi setiap nasabah di seluruh Indonesia. Dengan kondisi kesehatan sekarang, yang dimana kasus pandemi virus corona di Indonesia belum kunjung mereda, Klikasuransiku.com menyediakan produk-produk layanan kesehatan seperti *Corona protection* dan produk asuransi lainnya yang dapat dibeli secara *online* sebagai bentuk inklusi untuk menjangkau nasabah di seluruh Indonesia yang aktif dalam dunia digital.



Gambar 1.1 Logo Klikasuransiku.com  
Sumber: (Dokumentasi Pribadi)

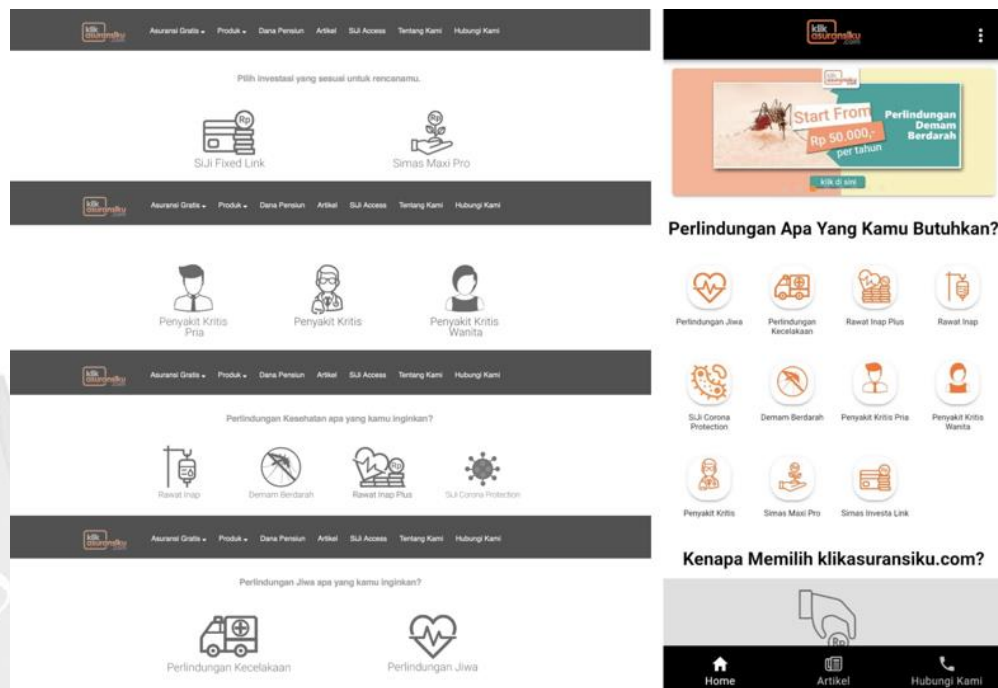
Dari pemahaman yang sudah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa logo pada dasarnya merupakan tanda pembeda yang dirancang untuk sebuah perusahaan, ini menjadi salah satu elemen dasar identitas perusahaan yang dapat mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan kepada orang lain, baik untuk investor, karyawan maupun pelanggan. Logo dapat memiliki berbagai bentuk, mulai dari tipografi, ilustrasi, atau abstrak dan terkadang kombinasi dari semua ini (Rivers, 2003). Selain untuk mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan tersebut, mendefinisikan suatu logo yang baik yaitu dapat mudah diingat oleh orang lain yang biasanya dicapai dengan konsep yang sesuai, selain itu dapat digunakan berkepanjangan, tidak boleh menyerupai logo pesaing yang dapat membuat bingung orang lain, memiliki keseimbangan ruang positif dan negative yang tepat, serta dapat terbaca saat diproduksi mulai dari seukuran uang receh hingga sebesar gajah (Gardner, 2017, p 161).

Terdapat beberapa kategori pada bentuk logo, dalam pembahasan Klikasuransiku.com, perusahaan tersebut menggunakan kombinasi antara *logotype* dan *logogram*. *Logotype* yang bertuliskan klikasuransiku.com dan *logogram* yang berupa bentuk *rounded box* yang diartikan sebagai simbol proteksi. Permasalahan yang timbul pada identitas klikasuransiku, yaitu masih kurangnya kesadaran optimalisasi dari sebuah identitas visual dalam perusahaan. “Merek suatu perusahaan dapat dipercaya jika didukung oleh produk atau layanan yang baik. Produk atau layanan yang baik, tidak selalu membutuhkan visual merek yang baik. Namun terdapat situasi yang optimal, ketika produk atau layanan yang baik

dilengkapi dengan komunikasi dan kualitas yang baik dari visual merek tersebut” (Heskett, 2005, p 96). Identitas visual Klikasuransiku.com tersebut belum memiliki karakteristik yang sesuai dengan merek perusahaan itu sendiri, bentuk dan warna pada logo masih belum merepresentasikan sesuai dengan target pasar yang dituju yaitu para kaum milenial. Berlanjut ditemukannya ketidakkonsistenan pada visual yang dibangun oleh perusahaan Klikasuransiku pada platform media sosial, baik pada logo yang terdapat perbedaan dalam pewarnaan dan informasi yang tersedia, maupun hasil dari setiap visualisasi memiliki karakteristik yang cukup berbeda, seperti bentuk, garis dan dimensi.



Gambar 1.2 Penerapan Logo dan Visual yang Tidak Seragam  
Sumber: (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1.3 Penerapan Ikon, Warna dan Visual yang Tidak Seragam  
Sumber: (Dokumentasi Pribadi)

Serupa halnya dengan situs web dan aplikasi daring yang dimiliki Klikasuransiku.com, pada setiap ikon memiliki ketebalan garis, bentuk representasi dan pewarnaan yang berbeda. Terdapat juga permasalahan yang timbul yaitu masih kurangnya kesadaran akan sistem konsistensi pada setiap visual yang dibentuk dalam sistem media daring yang dapat membuat informasi sulit dipahami oleh pengguna. “Konsistensi diasumsikan untuk meningkatkan kemungkinan pengguna untuk mentransfer keterampilan dari satu sistem ke sistem lainnya. Dengan demikian, konsistensi mengarah pada kemudahan belajar dan kemudahan penggunaan” (Nielsen, 1989, p 2). Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan - permasalahan yang timbul terhadap identitas visual Klikasuransiku.com, maka dari itu akan dilakukannya perancangan ulang desain identitas visual dan konsistensi antar penerapan visual dalam Klikasuransiku.com

untuk membangun dan memperkuat karakteristik yang sesuai dengan merek serta mempermudah penyampaian dan penerimaan informasi untuk para pengguna.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat permasalahan yang dapat diidentifikasi berdasarkan dari pembahasan latar belakang masalah yaitu sebagai berikut:

- 1) Identitas visual Klikasuransiku.com yang belum merepresentasikan karakteristik sesuai dengan merek dan target pasar yang dituju.
- 2) Terdapat ketidakkonsistenan pada visual yang dibangun pada aplikasi identitas.

## 1.3 Rumusan Masalah

Terdapat permasalahan yang dapat dirumuskan berdasarkan dari identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana merancang visual untuk Klikasuransiku.com serta aplikasi ke berbagai identitas untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.
- 2) Bagaimana memperkenalkan Klikasuransiku.com melalui perancangan ulang desain identitas visual sebagai kanal distribusi asuransi.

#### 1.4 Tujuan Perancangan

Selain itu terdapat tujuan perancangan ulang desain identitas visual Klikasuransiku.com yaitu sebagai berikut:

- 1) Membangun identitas sesuai dengan karakteristik dan target pasar
- 2) Membantu dalam mendorong dan memperkuat identitas dari sudut pandang masyarakat secara berkelanjutan.
- 3) Memperkuat diferensiasi antar perusahaan lainnya.

#### 1.5 Manfaat Perancangan

Dengan perancangan ulang identitas visual Klikasuransiku.com diharapkan dapat membantu memiliki identitas visual baru yang lebih sesuai dengan karakteristik perusahaan dan target pasar yang dituju. Selain itu dapat membantu mempermudah penyampaian dan penerimaan informasi untuk masyarakat mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan melalui pembaruan visual.