

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, memiliki identitas merek yang kuat dan konsisten menjadi salah satu kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing, Turunnya aktivitas dan pertumbuhan ekonomi baik nasional maupun global telah berdampak pada turunnya permintaan masyarakat termasuk untuk produk dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha (Nuraini & Sulistyowati, 2023). Villa Radisa Hill adalah sebuah destinasi penginapan yang terletak di kawasan pegunungan Desa Cempokolimo, Pacet, Mojokerto. Dalam wawancara Bersama pemilik menjelaskan awal mula berdirinya Villa Radisa Hill berawal dari pengalaman pribadi pemiliknya saat menginap di sebuah villa di kawasan Pacet. Dalam kesempatan tersebut, pemilik menyadari potensi besar dalam usaha penyewaan villa, mengingat tingginya permintaan untuk lokasi yang dapat digunakan sebagai tempat gathering.



**Gambar 1. 1** Villa Radisa Hill

(Sumber : Instagram @radisa.hill)

Aktivitas seperti *gathering* rutin dilakukan oleh berbagai instansi pemerintah, organisasi, hingga komunitas. *Gathering* merupakan salah satu bentuk kegiatan *Employee Relations* yang bertujuan untuk mempererat hubungan antara pimpinan dan karyawan. Melalui

kegiatan ini, diharapkan tercipta motivasi kerja yang lebih baik sehingga berdampak positif pada peningkatan kinerja karyawan. (Devy et al., 2018). Saat melakukan survei ke beberapa lokasi villa, ditemukan bahwa banyak fasilitas yang belum mampu memenuhi kebutuhan kapasitas besar, kelengkapan akomodasi, serta area lapangan yang memadai untuk mendukung berbagai jenis acara. Berdasarkan temuan tersebut, pemilik memutuskan untuk memulai pembangunan Villa Radisa Hill pada tahun 2018. Namun, proses pembangunan menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah pandemi COVID-19, yang menyebabkan penundaan signifikan. Setelah melalui proses yang panjang, Villa Radisa Hill akhirnya resmi dibuka untuk umum pada bulan Mei 2021.



**Gambar 1. 2** Mbak Annisa Owner Villa Radisa Hill

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Menurut Annisa (2024) dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Villa Radisa Hill memiliki ciri khas dan keunggulan tersendiri yang membedakannya dari akomodasi lain di wilayah sekitarnya. Properti ini menawarkan dua unit villa dengan desain tata ruang dan fasilitas yang serupa. Setiap unit villa dilengkapi dengan 8 kamar tidur, yang secara keseluruhan menyediakan 16 tempat tidur berukuran *king size*, memastikan kenyamanan maksimal bagi para tamu selama menginap. Untuk menunjang kebutuhan rekreasi, Villa Radisa

Hill menyediakan fasilitas hiburan seperti karaoke, meja *billiard*, dan meja pingpong, yang dirancang untuk menciptakan pengalaman bersantai yang menyenangkan bersama keluarga maupun teman. Aktivitas luar ruangan juga menjadi fokus utama, dengan adanya kolam renang dewasa yang luas dan kolam renang khusus anak-anak. Area lapangan yang luas tersedia untuk berbagai kegiatan permainan, kegiatan berkumpul, serta aktivitas *outdoor* lainnya.



**Gambar 1. 3 Kamar Villa Radisa Hill**

(Sumber: Instagram @radisa.hill)



**Gambar 1. 4 Kegiatan Outdoor di Villa Radisa Hill**

(Sumber: Instagram @radisa.hill)



**Gambar 1. 5** Area Parkir Villa Radisa Hill

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Villa ini juga dilengkapi dengan area parkir yang aman dan mampu menampung hingga 35 kendaraan roda empat atau 6 bus medium, sesuai dengan kapasitas maksimal yang dirancang. Setiap kamar mandi di villa ini dilengkapi dengan fasilitas air panas untuk kenyamanan tamu. Selain itu, Villa Radisa Hill memiliki *multifunction hall* yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai jenis kegiatan, seperti seminar, *gathering*, atau acara keluarga. Sebagai pelengkap, Villa Radisa Hill menawarkan paket layanan lengkap, termasuk catering, serta berbagai aktivitas rekreasi seperti *outbound*, *rafting*, dan *paintball*. Hal ini menjadikan Villa Radisa Hill tidak hanya sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai destinasi yang memenuhi kebutuhan beragam aktivitas tamu dengan keunggulan fasilitas yang dimiliki.

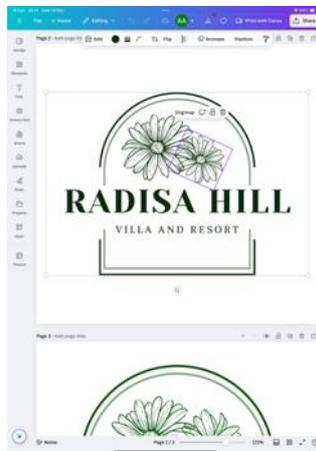
Namun, meskipun memiliki fasilitas dan layanan yang unggul, Villa Radisa Hill belum menciptakan identitas merek yang lebih jelas, kuat, dan konsisten di benak masyarakat dan pasar sasaran. Merek yang belum terdefinisi dengan baik bisa menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen serta mengurangi daya tarik dari brand tersebut di tengah persaingan yang terus berkembang di sektor pariwisata. Sebagai destinasi yang menawarkan pengalaman liburan, bisnis, dan acara, identitas Villa Radisa Hill harus mampu mengkomunikasikan keunggulan tersebut melalui elemen visual, verbal, dan pengalaman yang terintegrasi. Perancangan *brand identity* Villa Radisa Hill bertujuan memperkuat elemen-elemen ini dan menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan pelanggan.

Dengan perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif, serta peningkatan tren konsumen yang lebih mengutamakan pengalaman personal dan eksklusif, Villa Radisa Hill memerlukan reposisi untuk lebih menonjolkan keunikan dan kekuatannya. Penguatan *brand identity* ini tidak hanya berkaitan dengan penyegaran logo dan identitas visual, tetapi juga mencakup cara komunikasi brand di berbagai platform.

(Sumber :Instagram @Radisa.hill)



**Gambar 1. 6** Logo Villa Radisa Hill

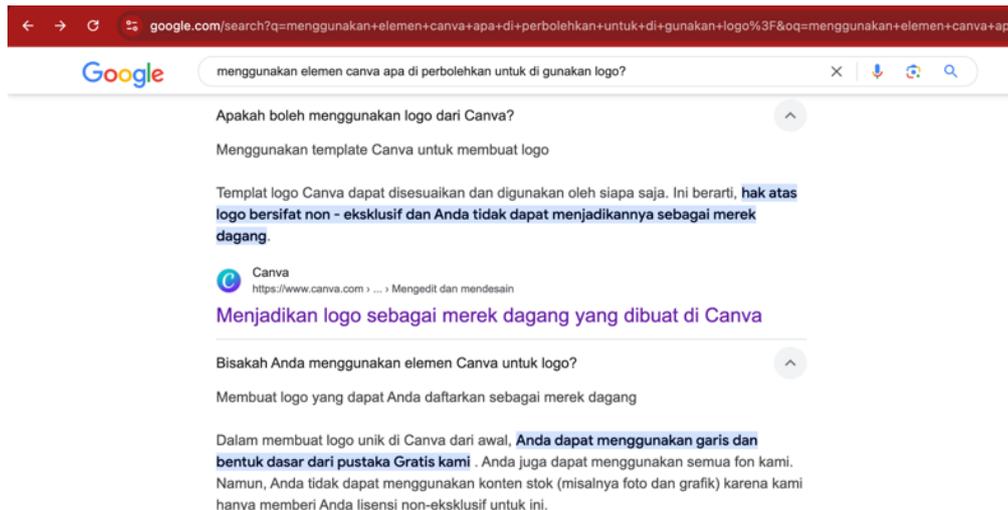


**Gambar 1. 7** Proses Pembuatan Logo

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Tantangan utama yang dihadapi Villa Radisa Hill adalah kurangnya identitas merek, diperparah dengan permasalahan terkait logo yang digunakan saat ini. Logo tersebut mengandung elemen desain dari Canva, yang berpotensi melanggar hak cipta karena Canva hanya memberikan lisensi non-eksklusif untuk konten stok seperti foto dan grafik. Kondisi ini menimbulkan risiko tidak hanya dalam aspek legalitas, tetapi juga dalam menurunkan tingkat

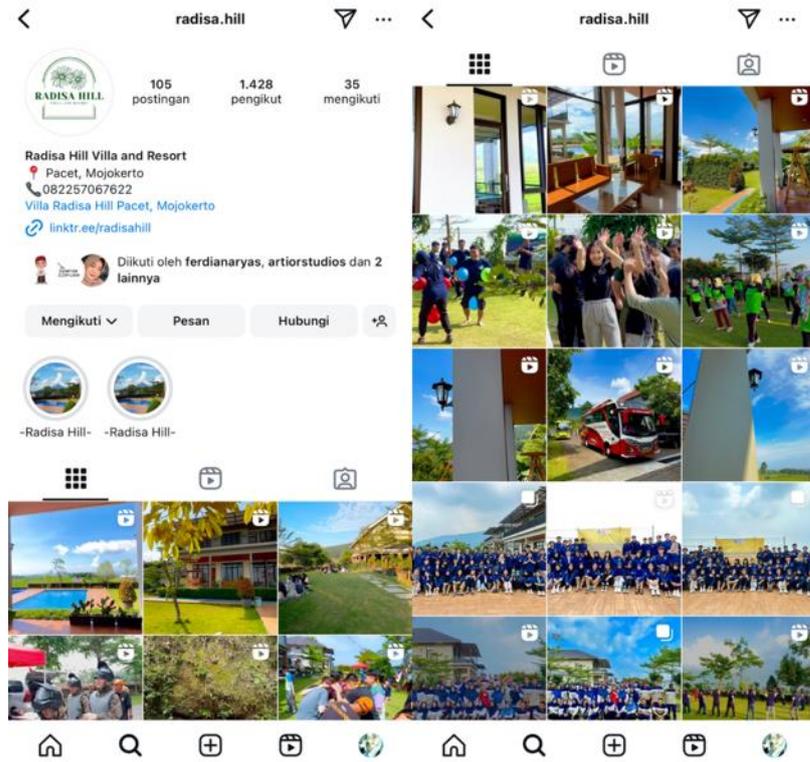
orisinalitas dan keunikan merek. Dalam konteks industri pariwisata yang semakin kompetitif, di mana konten visual memainkan peran strategis, perlindungan terhadap hak cipta dan penciptaan elemen desain yang sepenuhnya orisinal menjadi esensial untuk menjaga kredibilitas dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand. Dalam konteks ini, proses hukum memainkan peran kunci dalam menegakkan hak-hak kreatif dan mencegah pelanggaran (Malim et al., 2024). Sehingga menghambat penciptaan identitas visual yang unik.



**Gambar 1. 8** aturan canva mengenai pembuatan logo

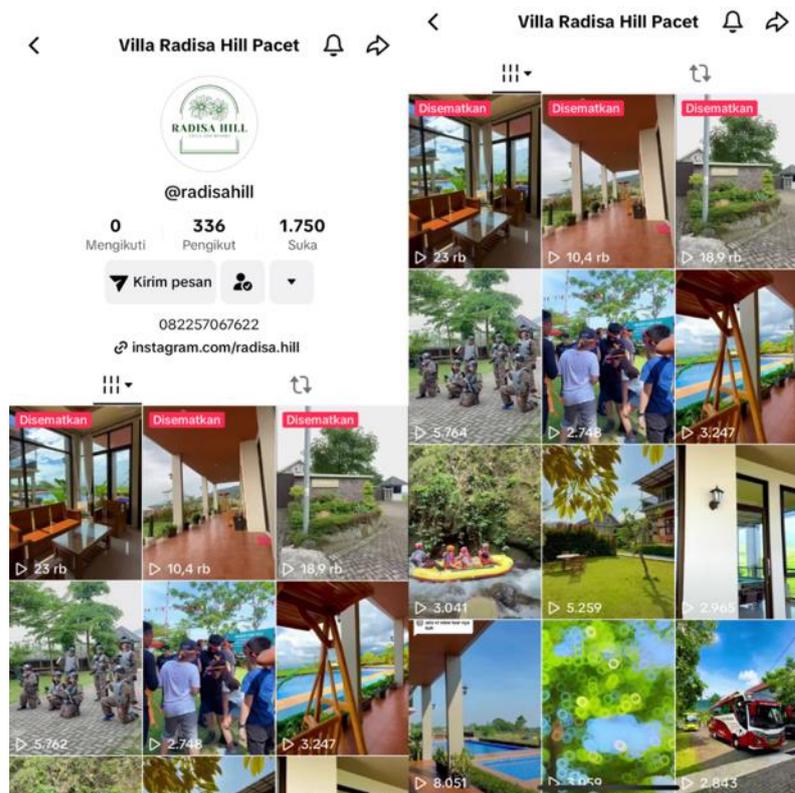
(Sumber : Google.com)

Selain itu, Ketidakhadiran elemen *brand identity* dalam publikasi dapat menghambat *brand awareness*, dan aktivitas media sosial Villa Radisa Hill mengalami stagnasi di platform instagram selama enam bulan terakhir dan platform TikTok bahkan tidak diperbarui selama satu tahun. Hal ini membuat audiens kesulitan mengenali dan mengaitkan konten dengan *brand*. Brand awareness yang tinggi memperkuat *brand recall* di benak konsumen, mempermudah pengambilan keputusan, dan meningkatkan keyakinan dalam memilih produk. (Nel Arianty, 2020) Tanpa identitas yang konsisten, upaya membangun citra, kepercayaan, dan loyalitas konsumen menjadi kurang efektif. Integrasi *brand identity* dalam publikasi sangat penting untuk memperkuat kesan dan hubungan dengan audiens.



**Gambar 1. 9** Instagram Villa Radisa Hill

(Sumber: Dokumen Pribadi)



**Gambar 1. 10** TikTok Villa Radisa Hill

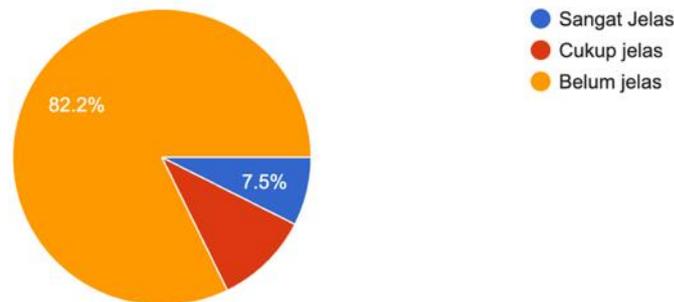
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Penguatan *brand identity* dapat membantu Villa Radisa Hill menonjolkan nilai-nilai inti yang dimiliki, sehingga mampu menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas. Selain itu, tantangan dalam meningkatkan eksistensi di pasar digital menjadi aspek strategis yang perlu diperhatikan. Dalam konteks saat ini, identitas merek tidak hanya terbentuk di lokasi fisik, tetapi juga harus hadir secara konsisten di ranah digital. Penguatan identitas melalui platform online menjadi elemen penting dalam membangun pengenalan merek (*brand recognition*) dan memperkuat reputasi di kalangan konsumen.

Pada tanggal 3 Oktober 2024, penulis melakukan survei kepada 108 responden di daerah Surabaya, Sidoarjo dan sekitarnya untuk mengetahui pandangan masyarakat tentang Villa Radisa Hill. 82,2% responden mengatakan bahwa identitas merek yang dimiliki Villa Radisa Hill belum jelas, dan 69% Logo & Identitas visual perlu ditingkatkan lagi dan publikasi di sosial media 94,4% responden memilih untuk di tingkatkan lagi

Apakah menurut Anda Villa Radisa Hill memiliki identitas merek yang jelas?

107 responses



**Gambar 1. 11** Diagram Kuesioner

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Adapun tujuan utama dari perancangan *Brand Identity* Villa Radisa Hill meliputi menciptakan identitas visual yang kuat dan kohesif, Kesadaran merek (*brand awareness*) adalah kekuatan suatu merek dan itu merupakan suatu aset yang dimiliki perusahaan. *brand awareness* dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan karena perusahaan mengetahui nama merek tersebut ditanggapi oleh konsumen. Merek yang memberikan suatu kesan akrab dengan konsumen, dan kecenderungan konsumen menyukai sesuatu yang akrab (Satria, 2021). Dengan menghadirkan pengalaman brand yang konsisten dan berkesan, pelanggan diharapkan akan lebih setia dan memiliki hubungan emosional dengan Villa Radisa Hill.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Logo Villa Radisa Hill berpotensi melanggar hak cipta karena menggunakan elemen desain dari Canva yang hanya dilisensikan secara non-eksklusif. Hal ini dapat memunculkan risiko hukum dan mengurangi tingkat orisinalitas, sehingga menghambat proses penciptaan identitas visual yang unik dan autentik.
2. Berdasarkan hasil observasi, media sosial Villa Radisa Hill belum menerapkan identitas visual yang konsisten. Ketiadaan elemen visual yang terpadu ini mengakibatkan kesulitan dalam menciptakan kesan profesional serta dalam memperkuat hubungan antara audiens dan merek.
3. Keunikan Villa Radisa Hill belum ditonjolkan dalam identitas visual, sehingga berisiko kehilangan daya tarik dibandingkan kompetitor yang lebih efektif dalam mengomunikasikan nilai tambah.

4. Aktivitas media sosial Villa Radisa Hill mengalami stagnasi selama enam bulan terakhir, sedangkan platform TikTok bahkan tidak diperbarui selama satu tahun. Kondisi ini menunjukkan lemahnya keberlanjutan dalam strategi pemasaran digital, yang pada akhirnya menghambat kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mempertahankan relevansi merek, serta meningkatkan daya saing di pasar.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

"Bagaimana merancang *Brand Identity* Villa Radisa Hill untuk menciptakan identitas yang lebih kuat dan konsisten, serta meningkatkan daya saing di pasar pariwisata wilayah Pacet Mojokerto?"

### 1.4 Batasan Masalah

Perancangan ini berfokus pada pembuatan visual baru untuk "Radisa Hill" yang meliputi:

Batasan masalah dalam penelitian ini dirumuskan untuk memastikan proses perancangan *Brand Identity* berjalan secara terarah dan efektif, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai dengan optimal. Adapun batasan-batasan masalah yang diterapkan dalam perancangan branding Villa Radisa Hill adalah sebagai berikut:

1. Perancangan *Brand Identity* dilakukan dikawasan pegunungan Desa Cempokolimo, Pacet, Mojokerto, sebagai lokasi utama dari Villa Radisa Hill.
2. Perancangan *Brand Identity* ini mencakup beberapa elemen output, antara lain:

#### a. Media utama

1. Logo Brand
2. Graphic Standard Manual (GSM)
3. Media Promosi Digital

#### b. Media pendukung

1. *Welcome sign*
2. Perlengkapan Identitas, Termasuk seragam staf, ID card, dan brosur

## 1.5 Tujuan Perancangan

### 1. Menciptakan Identitas Visual yang Kuat

Mengembangkan elemen-elemen desain visual yang mencerminkan keunikan dan nilai-nilai Villa Radisa Hill, termasuk logo, palet warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya, untuk menciptakan identitas yang mudah dikenali dan diingat.

### 2. Meningkatkan Profesionalitas dan Kredibilitas Merek

Memperkuat persepsi konsumen terhadap Villa Radisa Hill sebagai destinasi yang terpercaya dan berkualitas melalui elemen-elemen brand identity yang terstruktur dan original.

### 3. Memperkuat Diferensiasi di Pasar

Mengidentifikasi dan menonjolkan keunggulan kompetitif Villa Radisa Hill, seperti perpaduan antara modern dan suasana alam, untuk membedakannya dari kompetitor di pasar.

### 4. Membangun Hubungan Emosional dengan Pelanggan

Menciptakan pengalaman merek yang berkesan dan konsisten untuk membangun hubungan emosional yang lebih erat dengan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka.

## 1.6 Manfaat Perancangan

### 1.6.1 Manfaat untuk penulis

1. Untuk menambah pengalaman dan portofolio penulis dalam merancang *brand*.
2. Agar Meningkatkan kemampuan penulis di bidang desain.
3. Untuk Membantu penulis menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan perkuliahan.
4. Agar Memperluas jaringan profesional melalui pengalaman kerja sama dengan klien dan tim proyek.

### 1.6.2 Manfaat Untuk Owner “Radisa Hill Villa”

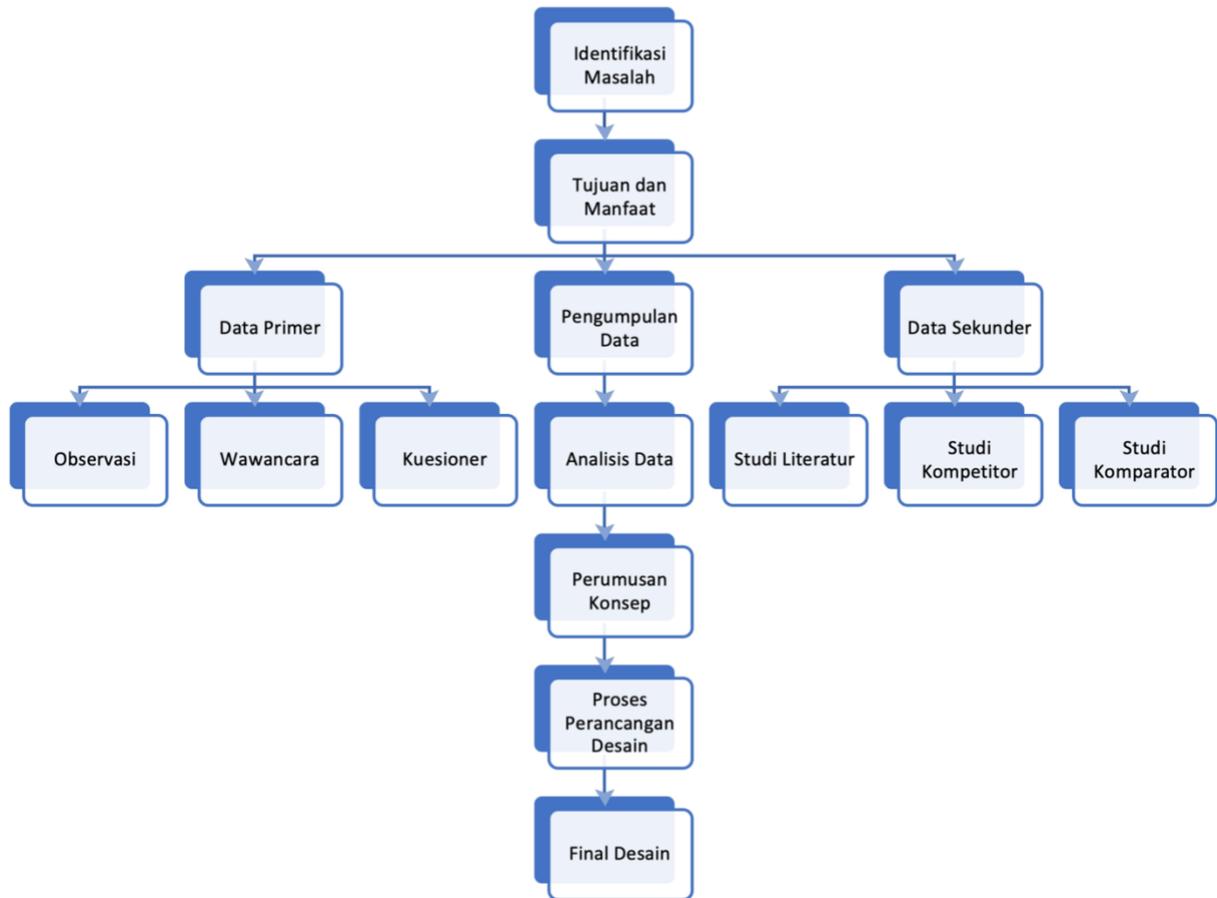
1. Untuk membantu Radisa Hill Villa memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten, sehingga mudah dikenali oleh target pasar.

2. Agar meningkatkan nilai (*value*) Radisa Hill Villa melalui *brand identity* yang efektif, sehingga menarik lebih banyak calon pelanggan.
3. Untuk membantu menyampaikan pesan dan nilai-nilai utama villa, seperti keindahan alam, fasilitas lengkap, dan suasana elegan.
4. Agar berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan melalui *brand identity* yang membangun ikatan emosional.

### **1.6.3 Manfaat Untuk Kalayak Umum**

1. Untuk memudahkan calon pelanggan mengenali Radisa Hill Villa melalui identitas visual yang jelas dan menarik.
2. Untuk menyediakan informasi yang lebih mudah diakses dan dipahami mengenai layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh villa.
3. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang destinasi wisata lokal yang potensial, seperti Radisa Hill Villa.
4. Untuk menawarkan pilihan akomodasi yang lebih mudah ditemukan oleh wisatawan yang mencari villa dengan reputasi dan nilai yang baik.
5. Agar membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatnya kunjungan wisatawan melalui *brand* yang lebih menarik dan profesional.

## 1.7 Kerangka Perancangan



**Gambar 1. 12** Kerangka Perancangan

(Sumber : Dokumen Pribadi)