

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dunia *advertising*/periklanan saat ini semakin berkembang pesat seiring dengan semakin majunya persaingan ekonomi yang terjadi di Indonesia saat ini. Tentunya hal tersebut semakin memacu perusahaan-perusahaan tersebut untuk berlomba-lomba mengiklankan produk atau jasa yang mereka jual dan secara tidak langsung agensi-agensi periklanan yang memiliki andil yang cukup besar untuk mendukung kesuksesan perusahaan-perusahaan tersebut. Agensi periklanan disini bertugas untuk mencari ide-ide atau konsep dari sebuah iklan yang akan dibuat. Selanjutnya, dari ide tersebut dibuatlah eksekusi iklan tersebut dengan bantuan berbagai pihak yang dicari oleh agensi tersebut, antara lain PH ( *Production House* ) yang menangani eksekusi iklan bergerak yang biasanya muncul di televisi, dan untuk eksekusi iklan di media cetaknya adalah *Photographer*, *Digital Imaging artist* dan *Illustrator*.

Pada perancangan tugas akhir yang dibuat ini, topik *digital imaging* dan ilustrasi lah yang dibahas. Pada umumnya setelah suatu agensi menerima proyek iklan dan ingin membuat iklan untuk media cetak, mereka akan mencari studio lain untuk mengeksekusi *layout* tersebut, antara lain studio *digital imaging*, studio ilustrasi, atau menggunakan gabungan dari jasa mereka. Sebelumnya, pengertian *digital imaging* sendiri adalah suatu proses pengolahan foto secara *digital*, yaitu penggabungan foto-foto, manipulasi foto, dan penggunaan berbagai teknik

lainnya untuk memperoleh hasil berupa foto yang diinginkan. Sedangkan, ilustrasi secara singkat adalah suatu hasil karya dari proses menggambar secara manual dengan menggunakan berbagai macam teknik yang di kombinasikan atau dengan satu teknik saja untuk menciptakan sebuah gambar dengan gaya/tipe tertentu, pada umumnya media yang dipakai adalah kertas.

Suatu agensi setelah menerima sebuah proyek dari sebuah perusahaan, akan mencari studio lain untuk mengeksekusi *layout* yang telah dibuat konsepnya. Untuk iklan media cetak biasanya agensi akan mencari studio *digital imaging* jika iklan tersebut berupa foto, dan akan mencari studio ilustrasi jika iklan tersebut berupa ilustrasi. Terkadang kedua eksekusi tersebut, baik *digital imaging* dan ilustrasi sama-sama dibutuhkan. Jika hal tersebut terjadi maka agensi tersebut harus mencari kedua studio tersebut untuk mengeksekusi satu *layout*. Proses tersebut tentunya akan memakan waktu dibandingkan dengan hanya menggunakan jasa satu studio saja.

Menyikapi kebutuhan tersebut maka dibentuklah studio *digital imaging* dan ilustrasi "PHILOS". Sebuah studio yang mampu membuat *layout* dengan kedua macam eksekusi tersebut, baik dengan teknik *digital imaging* atau ilustrasi saja, dan juga mampu mengkombinasikan kedua teknik tersebut sehingga menciptakan suatu teknik eksekusi *layout* yang baru. *Brand* "PHILOS" sendiri memiliki arti dalam bahasa latin yaitu cinta atau kasih, dari pengertian tersebut, filosofi yang dapat diambil adalah dengan adanya cinta terhadap suatu pekerjaan maka kita akan melakukan

yang terbaik untuk pekerjaan tersebut. Filosofi tersebut menjadi sebuah pedoman kerja di studio ini agar selalu memberikan hasil yang terbaik dalam setiap menciptakan suatu karya demi terpenuhinya keinginan dari klien dan semakin terjalinnya kepercayaan dan hubungan baik dengan klien dalam jangka waktu yang panjang.

Selain untuk menjawab kebutuhan yang telah dijelaskan di atas, studio ini memiliki tujuan utama yaitu menciptakan suatu teknik-teknik baru di bidang *layout* periklanan dan menjadi sebuah *trendsetter* bagi industri kreatif ini. Hal inilah yang menarik dan membuat penulis untuk perancangan *corporate identity* dari studio *digital imaging* dan ilustrasi “PHILOS”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah bagaimana merancang *corporate identity* dari studio *digital imaging* dan ilustrasi “PHILOS”? Dengan demikian, batasan masalah dalam perancangan ini adalah :

1. Merancang *corporate identity* yang menggambarkan identitas “PHILOS” sebagai sebuah studio *digital imaging* dan ilustrasi.

### 1.3 Tujuan Perancangan

- Menghasilkan *corporate identity* studio *Digital Imaging & Illustration* yang mengangkat tentang penggabungan antara teknik *digital imaging* dan ilustrasi.

### 1.4. Manfaat Perancangan

- Bagi masyarakat :  
Perancangan ini memiliki manfaat kepada masyarakat untuk menambah pengetahuan tentang industri *digital imaging* dan ilustrasi dan juga memperkenalkan teknik-teknik baru pergabungan dari keduanya.
- Bagi target *audience* :  
Perancangan ini bermanfaat kepada target *audience* untuk memperkenalkan suatu teknik baru pada *layout* di bidang periklanan dan menjadikannya sebuah referensi baru di industri kreatif ini.
- Bagi mahasiswa desain komunikasi visual :  
Perancangan ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan dan referensi tentang teknik eksekusi baru penggabungan antara teknik *digital imaging* dan ilustrasi.
- Bagi penulis :  
Manfaat perancangan ini adalah untuk menjawab kebutuhan yang terjadi di industri kreatif saat ini dan juga menambah pengetahuan di bidang *digital imaging*.

## 1.5. Metode Perancangan

Metode perancangan menggunakan pengumpulan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

- Data Primer adalah data yang didapat berdasarkan pada pengamatan langsung di lapangan.
- Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang tersedia melalui publikasi dan informasi, data sekunder dapat diperoleh melalui internet, buku, serta sumber-sumber lainnya.

