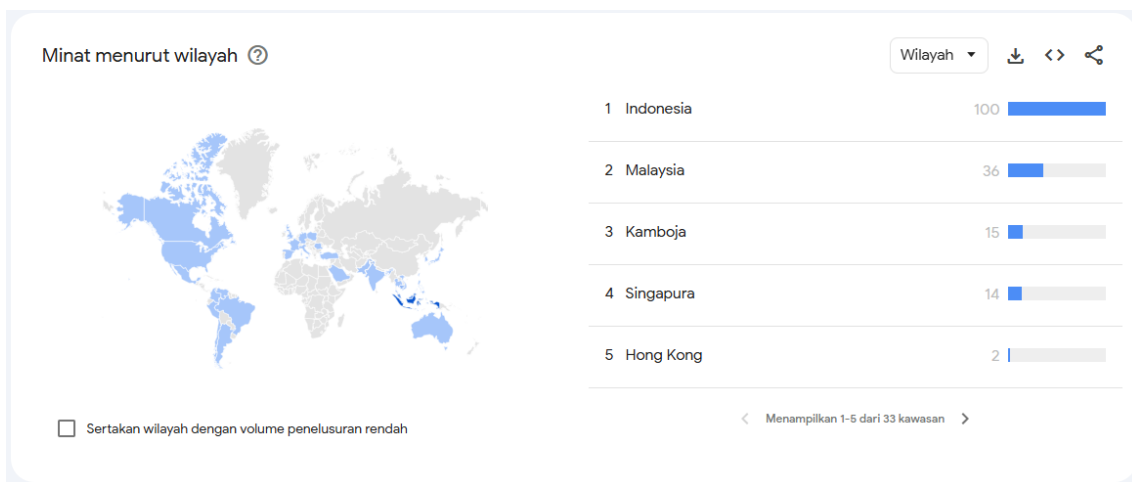


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya pop China dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi fenomena dunia, dan drama-drama China punya peran besar di dalamnya. Dari drama genre sejarah, *xianxia*, fantasi hingga romansa, semuanya berhasil memikat penonton di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data *Google Trends* dari September 2024 hingga September 2025, Indonesia menjadi negara dengan volume pencarian drama China tertinggi dan disusul oleh negara Malaysia, Kamboja, dan Singapura. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia tidak hanya sebagai pasar besar untuk konten drama China, tetapi juga permintaan akan jasa linguistik yang berkualitas semakin tinggi.



Gambar 1.1 Volume Pencarian Kata Kunci “drama China” secara Global

Sumber: <https://trends.google.com/trends>

Banyak penyedia jasa linguistik khusus drama China yang memanfaatkan peluang ini untuk berbisnis, salah satunya adalah Ling Star Translation (LST). Ling Star Translation bergerak di bidang spesialis lokalisasi drama China ke bahasa Indonesia yang kini telah berkembang dari sekadar penyedia layanan penerjemahan menjadi penyedia layanan lokalisasi yang lebih kompleks, mencakup sulih suara (*dubbing*) dan transkrip audio. Ling Star Translation tidak hanya menerjemahkan kata demi kata, tetapi juga membangun jembatan budaya agar pesan, humor, dan nuansa budaya dalam naskah dapat tersampaikan dengan baik kepada penonton Indonesia.

Di industri jasa yang sangat mengandalkan kepercayaan dan profesionalisme ini, banyak perusahaan yang menawarkan layanan yang serupa. Jadi, kualitas saja sudah tidak cukup untuk bersaing di pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus membangun citra yang kuat, profesional, dan mudah diingat agar dapat berbeda dari yang lain dan mendapatkan kepercayaan pelanggan. Untuk membangun citra yang kuat, profesional, dan mudah diingat, sebuah perusahaan harus memiliki sistem identitas visual untuk menjaga konsistensi di setiap komunikasi visual. Namun, Ling Star Translation belum memiliki sistem identitas visual yang lengkap, hal ini terlihat dari komunikasi visual Ling Star Translation tentang rekrutmen penerjemah di media sosial yang masih menggunakan tampilan teks biasa. Dengan menggunakan tampilan teks biasa untuk rekrutmen, perusahaan tidak hanya tidak dapat menarik calon penerjemah, tetapi calon penerjemah juga akan merasa tidak yakin dengan perusahaan ini karena tidak memiliki kredibilitas dan profesionalisme yang terlihat. Jika Ling Star Translation gagal menunjukkan citra profesional dan terstruktur melalui visualnya, maka perusahaan akan gagal menarik klien baru dan kesulitan untuk mempertahankan talenta profesional. Oleh karena itu, perusahaan harus mengikuti tren pemasaran digital zaman sekarang agar dapat menarik calon klien dan talenta profesional untuk bergabung dalam perusahaan.

Tren pemasaran digital zaman sekarang semakin menggarisbawahi pentingnya pendekatan desain yang berpusat pada pengguna, didukung oleh data, dan personal. Menurut Yumar et al., (2025), manusia memproses gambar lebih cepat daripada teks, dan informasi yang mudah diingat bersifat visual. Hal ini menjadikan identitas visual sebagai salah satu komponen paling fundamental dari strategi komunikasi merek di era digital. Jika tidak mempunyai dasar identitas visual yang kuat, Ling Star Translation akan kesulitan untuk menonjol dalam persaingan.

Oleh karena itu, perancangan identitas visual ini menjadi strategi penting yang harus dilakukan Ling Star Translation untuk meningkatkan *brand awareness*, kredibilitas, dan daya saingnya di pasar. Penelitian ini difokuskan pada perancangan kembali identitas visual yang lengkap bagi Ling Star Translation.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang identitas visual yang mampu mengatasi inkonsistensi dan mencerminkan nilai profesionalisme Ling Star Translation?
2. Bagaimana cara menerapkan identitas visual tersebut pada media komunikasi strategis secara konsisten?
3. Bagaimana identitas visual ini dapat membangun *brand awareness* dan kredibilitas Ling Star Translation di pasar jasa linguistik yang kompetitif?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan desain berfokus pada logo, pemilihan warna, tipografi, *brand guidelines*, serta aplikasi dasar identitas pada media komunikasi.
2. Penerapan desain dibatasi pada *platform* media sosial (seperti Instagram), materi rekrutmen penerjemah, kartu nama, identity set, gedung, *environment*, dan *merch*.
3. Berfokus pada aspek komunikasi visual yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* dan tidak membahas strategi pemasaran operasional, struktur biaya, atau proses perekrutan secara rinci.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Merancang sistem identitas visual yang mampu mengatasi inkonsistensi visual dan mencerminkan nilai profesionalisme Ling Star Translation.
2. Menerapkan hasil perancangan sistem identitas visual pada media komunikasi strategis secara konsisten.
3. Menyusun panduan penerapan strategi komunikasi visual yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan kredibilitas Ling Star Translation di pasar jasa linguistik yang kompetitif.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi

Memperoleh aset identitas visual yang kuat dan terstruktur agar dapat menonjol di pasar, memiliki pedoman yang konsisten untuk digunakan saat berkomunikasi dengan calon klien dan talenta profesional, serta meningkatkan profesionalisme dan kredibilitas merek.

2. Bagi Peneliti

Menerapkan pengetahuan tentang desain komunikasi visual dan teori *branding* dalam proyek nyata, juga membantu mengasah keterampilan dalam merancang identitas visual yang menjawab kebutuhan komunikasi lebih dari satu audiens.

3. Bagi Akademisi

Dapat menjadi studi kasus dan bahan referensi bagi perancangan identitas visual untuk usaha di bidang jasa linguistik, khususnya yang memiliki model bisnis dengan multi-pemangku kepentingan.