

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

The Quadrant Hotel adalah salah satu penyedia akomodasi yang terletak tidak jauh dari Bandara Kualanamu Internasional, Komplek Hub, Commercial Bizpark, Jl. Arteri Kualanamu No.Blok A, Tumpatan Nibung, Kec. Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Hotel ini difokuskan pada penyediaan layanan akomodasi yang nyaman dan efisien dikarenakan jaraknya dekat dengan bandara sehingga memudahkan tamu lokal ataupun mancanegara dalam perjalanan bisnis maupun untuk transit dengan fasilitas yang nyaman dan pelayanan yang baik. Pengembangan standar merek sangat penting untuk The Quadrant Hotel untuk memastikan identitas visual hotel tetap konsisten, terutama di media komunikasi seperti profil perusahaan dan promosi digital maupun cetak.

Bidang *hospitality* merupakan salah satu sektor yang sangat mengandalkan citra dan persepsi konsumen. Pertumbuhan persaingan yang semakin ketat mendorong setiap hotel untuk memberikan penawaran unik dan lebih kepada pelanggan. Salah satunya adalah dengan memperkuat *brand identity* atau identitas merek agar terbentuknya diferensiasi. Fungsi dari identitas merek tidak hanya dalam fungsi estetika belaka tetapi juga sebagai bentuk komunikasi akan nilai-nilai yang ada pada suatu perusahaan.

Menurut Idris & Rahmat (2024), standar merek yang juga dikenal sebagai pedoman merek adalah kumpulan aturan yang menjelaskan bagaimana elemen identitas merek seperti logo, warna, tipografi, dan tata letak dapat digunakan sehingga tetap sesuai dengan karakter dan nilai-nilai merek. *Brand Guideline* atau standar merek juga diperlukan sebagai pedoman untuk penerapan elemen visual guna memastikan konsistensi di berbagai media komunikasi. Perusahaan dapat mempertahankan konsistensi visual dengan adanya standar merek, yang merupakan kunci untuk menciptakan citra merek yang kuat dan profesional.

*Brand identity* atau identitas merek adalah salah satu elemen penting dalam citra dan untuk mempresentasikan suatu karakter dari sebuah perusahaan

atau merek kepada publik atau konsumen. *Brand identity* dalam Desain Komunikasi Visual dapat berperan sebagai sarana utama dalam komunikasi atau menyampaikan pesan dan juga membentuk persepsi kepada konsumen. *Brand identity* biasanya mencakup banyak hal mulai dari logo, tipografi, warna, elemen desain, konsep, dan konsistensi dalam pemakaian dari identitas merek ini. Brand identity dapat membantu suatu perusahaan dalam menampilkan bagaimana kepribadian, nilai, dan kualitas layanan yang ingin disampaikan kepada konsumen atau publik.

Logo merupakan elemen utama dalam sistem identitas visual yang berfungsi sebagai tanda pengenal dan simbol yang merepresentasikan karakter serta nilai suatu institusi. Dawami (2025), mengatakan bahwa logo yang fungsional adalah logo yang dapat direproduksi dengan mudah dan digunakan diberbagai media, serta memenuhi kriteria tertentu. Dalam penggunaan warna pada logo, konsisten adalah kunci utama dalam menciptakan pengenalan merek yang kuat dan menarik bagi audiens. Ketidakconsistenan dalam penggunaan warna logo akan memicu kebingungan dari audiens dan juga menciptakan kesan ketidakprofesionalisme dan tidak terorganisir pada merek.

Salah satu alat komunikasi terpenting dalam sebuah perusahaan adalah profil perusahaannya atau bisa disebut dengan *company profile*. *Company profile* yang kuat dan konsisten memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi, keyakinan, dan kesan yang dibentuk oleh pihak eksternal. *Company profile* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi perusahaan, tetapi juga sebagai media komunikasi strategis untuk menyampaikan identitas, nilai-nilai inti, visi, misi, serta citra yang ingin dibangun perusahaan kepada publik dan mitra bisnis (Nugraheni & Priatna, 2026). Oleh karena itu, desain dari *company profile* harus disesuaikan dengan identitas merek dan dijaga konsistensi visualnya agar dapat menciptakan citra yang profesional.

Secara visual dari The Quadrant Hotel, logo dinilai belum efisien secara visual karena memiliki komposisi elemen yang cenderung abstrak dan penggunaan tipografi yang belum ada *Brand Guideline*. Warna pada logo juga memiliki tingkat kontras yang berbeda, sehingga akan sulit untuk diterapkan pada berbagai media yang akan menyebabkan kurangnya konsistensi tampilan

warna pada logo. Selain dari segi warna, tipografi yang digunakan juga belum konsisten yang terlihat pada berbagai media promosi seperti pada *e-flyer*, *flyer*, *TV promotion* dsb.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan solusi berupa perancangan *Brand Guideline* agar terciptanya *brand identity* yang kuat, mampu bersaing, mudah dikenali oleh audiens dan konsistensinya tetap terjaga. Perancangan tersebut juga dapat memberikan kesan positif dengan terciptanya visual yang lebih profesional, modern dan konsisten.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi dan permasalahan identitas visual The Quadrant Hotel pada berbagai media komunikasi yang mempengaruhi konsistensi dan citra brand?
2. Bagaimana cara merancang pedoman *Brand Guideline* yang efektif untuk mencapai konsistensi visual dan meningkatkan citra profesional The Quadrant Hotel?
3. Bagaimana cara merumuskan konsep dan melaksanakan *redesign* logo The Quadrant Hotel yang memenuhi kriteria fungsional, merepresentasikan nilai hotel, dan dapat direproduksi secara efisien di berbagai media?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pembahasan dari rumusan masalah dapat dijabarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi permasalahan dari penerapan identitas merek seperti logo, tipografi, media pendukung lainnya termasuk *company profile*.
2. Merancang pedoman *Brand Guideline* yang lebih efektif secara visual guna mencapai identitas visual yang konsisten dan profesional
3. Merancang konsep dan *redesign* logo untuk memperkuat identitas, sesuai dengan nilai-nilai dan karakteristik dari hotel agar dapat lebih efisien digunakan dalam berbagai media.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, perancangan ini dibatasi pada perancangan elemen identitas merek (*brand identity*) The Quadrant Hotel, yang difokuskan pada proses *redesign* logo serta penyusunan *Brand Guideline* sebagai panduan penerapan identitas visual. Panduan yang dirancang kelak dapat digunakan dalam beberapa media komunikasi seperti *company profile* dan *amenities*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis, penelitian ini berpotensi untuk meningkatkan pengetahuan tentang desain komunikasi visual, khususnya tentang penerapan merek standar dan desain identitas merek (*brand identity*) dalam industri perhotelan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu The Quadrant Hotel memperkuat citra dan konsistensi identitas visualnya dengan perencanaan *redesign* logo dan menerapkannya pada media pendukung seperti profil perusahaan atau *company profile* untuk memberikan hotel kesan profesional dan meningkatkan daya tariknya di mata pelanggan dan mitra bisnis.