

# BAB I

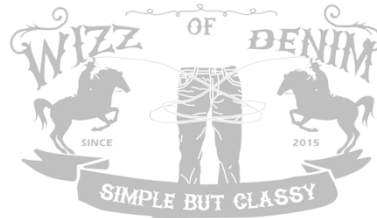
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini industri fashion di Indonesia cukup berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan industri fashion diiringi atas kebutuhan pokok dan sebuah trend fashion pada masyarakat di berbagai kalangan sosial, selain itu penggunaan dan perkembangan teknologi juga turut serta mempercepat perkembangan fashion bagi masyarakat secara luas baik dalam Negeri hingga mancanegara (Trisnawati, 2011). Fenomena inilah yang menjadikan munculnya bisnis-bisnis baru seperti produk lokal brand di Indonesia yang menjadi sorotan masyarakat saat ini yang mengalami peningkatan peminat yang cukup pesat dalam kalangan generasi milineal, salah satunya dalam bidang fashion yaitu clothing line (Harfiansyah & Djuwita, 2021).

Clothing line merupakan sebuah brand yang melakukan produksi secara sendiri yang dimulai dari perancangan design hingga pada proses produksi, kemudian menjual secara langsung kepada konsumen sebagai penggunaan pribadi (Halim, 2016). Umumnya, usaha clothing line dikembangkan oleh anak-anak muda yang berbakat dalam bidang bisnis dan memiliki kreativitas yang tinggi, sehingga setiap clothing line akan memiliki ciri khas dan keunggulannya masing-masing (Kuncoro & Santosa, 2018). Ciri khas dan keunggulan tersebut menjadi sebuah pembeda dan value dalam bersaing dengan kompetitor lainnya.

Di Tangerang telah banyak anak muda yang menjalankan bisnis clothing line, salah satunya ialah clothing line “wizz of denim”. Wizz of denim menjual kebutuhan fashion seperti t-shirt, jaket, celana, tas dan juga topi. Visualisasi *branding* dari clothing line ini hanya menggunakan sebuah logo yang menampilkan merek clothing line tersebut, yaitu “wizz of denim” dengan tagline #simplebutclassy.



Gambar 3. 1 Logo Wizz of Denim

Logo Wizz of Denim yaitu 2 kuda yang menarik jeans, yang artinya bahwa kuda melambangkan kekuatan sehingga memiliki semangat yang kuat untuk menarik fashion denim dalam ranah Nasional. Kelebihan yang dimiliki oleh Wizz of Denim yaitu memiliki ciri khas tersendiri, unik, dan memiliki karakter yang kuat, namun visualisasi *branding* yang selama ini digunakan dianggap monoton dan kurang dapat mencitrakan karakter daripada merek tersebut, sehingga hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis ingin melakukan *re-branding* terhadap merek tersebut yaitu dengan menampilkan ciri khas-nya.

Pada suatu perusahaan identitas visual merupakan elemen yang sangat penting untuk dipertimbangkan dan diprioritaskan, hal tersebut dikarenakan identitas visual merupakan simbol dari sebuah perusahaan tersebut. Identitas visual memvisualisasikan dan menyampaikan secara lisan tentang citra merek kepada konsumen. Visual *branding* berfungsi untuk membangun sebuah brand image sebuah produk agar berbeda dengan brand lainnya. Visual *branding* tercermin melalui logo, nama dan tampilan lainnya dalam menggambarkan produk yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa bisnis clothing line telah memiliki identitas visual berupa logo yang telah digunakan, namun pemilik bisnis tersebut menganggap bahwa logo tersebut belum seutuhnya mencerminkan dan mampu menyampaikan citra clothing line tersebut sehingga perlunya melakukan sebuah perancangan baru dalam melakukan *re-branding* logo pada Wizz of Denim. Sehingga pada perancangan ini penulis akan melakukan *re-branding* dengan memodifikasi logo yang telah dimiliki sebelumnya yang

bertujuan untuk meningkatkan citra dan menarik perhatian konsumen sehingga hal tersebut menjadi sebuah strategi dalam membangun kepercayaan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya yang bergerak dibidang yang sama.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Lemahnya citra visual clothing line Wizz of Denim sehingga rendahnya daya ingat dan daya tarik masyarakat.
2. Masyarakat kurang mengenal clothing line Wizz of Denim yang mengakibatkan rendahnya penjualan dan produk pada brand tersebut.

## 1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah desain visual *branding* clothing line “Wizz of Denim” untuk menciptakan visual brand identity yang baru?
2. Bagaimana desain identitas visual yang dapat meningkatkan brand awareness Wizz Of Denim?

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

1. Menyampaikan dan mengoptimalkan citra atau image clothing line “Wizz of Denim” melalui visual *branding* yang baru secara komunikatif yang sesuai dengan serta berfungsi untuk memberikan diferensiasi dengan kompetitornya.
2. Menghasilkan visual *branding* yang baru yang berkarakter dengan ciri khas yang dimiliki sehingga konsumen lebih dekat dan mudah mengenali *clothing line* “Wizz of Denim”

## 1.5 Manfaat Penelitian

### A. Manfaat Secara Teoritis

1. Bagi Clothing Line “Wizz of Denim”

Hasil penelitian ini akan digunakan dalam membantu melengkapi citra clothing line “Wizz of Denim” dalam bidang visual sehingga citra brand tersebut melekat di benak masyarakat.

## 2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti dalam merancang *branding* identity pada clothing line “Wizz of Denim” serta mengaplikasikan sebuah desain yang tepat yang dibutuhkan oleh clothing line tersebut.

### B. Manfaat Secara Praktis

#### 1. Bagi Clothing Line “Wizz of Denim”

Hasil perancangan yang dilakukan peneliti diharapkan dapat digunakan oleh clothing line “Wizz of Denim” sebagai acuan visual desain yang dapat digunakan untuk menciptakan brand identity secara luas kepada calon konsumen.

#### 2. Bagi Pihak Lain

Dapat membantu pihak lain dalam menambah wawasan yang terkait dengan *branding* identity pada sebuah clothing line dengan melakukan desain yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan dan capain target yang akan dicapai.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I Pendahuluan

Berisikan penjelasan tentang latar belakang yang menjadi permasalahan yang berkaitan dengan fenomena clothing line di Indonesia, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II Tinjauan Pustaka

Berisikan kajian teori yang membahas tentang identitas visual dan desain komunikasi visual (DKV).

### BAB III Metodologi Desain

Berisikan penjelasan tentang metode perancangan dengan menggunakan strategi yang digunakan dalam merancang brand identity clothing line Wizz of Denim.

BAB IV Analisis, Konsep, dan Hasil Perancangan

BAB V Penutup

