

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Identitas visual (*visual identity*) berperan penting dalam mendukung tercapainya *brand awareness* dari suatu *brand*. Dalam *The Branding Journal* (Oppelt, 2023), identitas visual (*visual identity*) didefinisikan sebagai sebuah penggabungan atau komposisi dari berbagai elemen grafis yang dapat mengidentifikasi suatu *brand* dan bertujuan untuk membangun pengenalan merek, menciptakan diferensiasi identitas dengan merek lain, membangun visual merek yang mudah dikenali, serta menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan. Identitas visual mencakup logo, warna merek, tipografi, dan elemen grafis lainnya yang diimplementasikan pada berbagai media pendukung sehingga berpengaruh besar terhadap terbentuknya *brand awareness*.

Seiring dengan perkembangan zaman dan terus hadirnya *brand* baru dalam berbagai bidang usaha, mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi mengembangkan bisnisnya agar dapat bersaing, khususnya pada bidang usaha sejenis. Hal ini tentunya semakin meningkatkan kesadaran banyak orang akan pentingnya identitas visual dari suatu *brand*. Salah satu bidang usaha yang terus berkembang dan menghadirkan *brand* baru, yaitu bisnis di bidang fesyen. Fesyen saat ini tidak lagi hanya menjadi kebutuhan dasar manusia, namun juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia, khususnya pada masyarakat urban. Tren fesyen yang terus berkembang dan berubah mengikuti zaman, menjadikan roda perekonomian pada sektor bisnis ini terus berputar. Identitas visual tentunya menjadi aspek penting pada suatu *fashion brand* yang berfungsi untuk mengidentifikasi suatu *brand* dan menciptakan diferensiasi antar merek pada bidang usaha sejenis.

Evelegance merupakan sebuah *fashion brand* yang mengusung konsep kolaborasi batik dan busana sehari-hari. Di era globalisasi dan perubahan pada tren fesyen, batik seringkali dianggap sebagai pakaian yang terlalu formal dan kurang

cocok untuk digunakan sehari-hari, khususnya bagi kalangan muda. Persepsi masyarakat yang menganggap batik hanya cocok untuk dipakai dalam acara-acara penting, secara tidak langsung menciptakan batasan dalam menggunakan pakaian batik di kehidupan sehari-hari. Selain itu, tren fesyen secara global turut mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan gaya busana yang *simple* dan minimalis. Evelegance hadir dengan upaya untuk meningkatkan rasa cinta budaya dan mengubah persepsi konsumen terhadap busana batik di era modern.

Namun, sebagai sebuah *fashion brand* yang masih baru, Evelegance belum memiliki identitas visual yang konsisten. Tanpa adanya identitas visual akan berdampak pada terbentuknya *brand awareness*. Untuk mendapatkan *brand awareness*, dibutuhkan penerapan identitas visual yang konsisten. Hal ini dapat dimulai dengan menciptakan logo yang dapat merepresentasikan *brand* tersebut.

Perancangan identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan konsep *brand* menjadi salah satu hal dasar yang diperlukan dalam membangun *brand awareness* dari suatu *fashion brand* baru. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual dari *fashion brand* baru yang memiliki konsep kolaborasi batik dan busana sehari-hari. Hasil akhir penelitian ini yaitu perancangan identitas visual untuk *fashion brand* Evelegance.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

1. Evelegance belum memiliki identitas visual yang konsisten. Tanpa adanya identitas visual, *brand awareness* tidak akan tercapai. Oleh karena itu, dibutuhkan penerapan identitas visual yang konsisten.
2. Revitalisasi budaya melalui perancangan identitas visual pada *fashion brand* baru dengan mengimplementasikan elemen budaya tradisional ke dalam konsep yang lebih modern. Perancangan identitas visual menjadi salah satu hal dasar yang diperlukan dalam membangun *fashion brand* baru.

### 1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana menyampaikan nilai-nilai, visi dan misi, serta filosofi dari *fashion brand* Evelegance melalui identitas visual?
2. Bagaimana merancang identitas visual untuk *fashion brand* Evelegance?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir, yaitu:

1. Merancang identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai-nilai, visi dan misi, serta filosofi dari *fashion brand* Evelegance.
2. Merancang identitas visual dengan menggabungkan elemen batik dan elemen grafis modern sesuai konsep *fashion brand* Evelegance.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian pada proyek tugas akhir ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat secara Akademis atau Teoritis  
Memberikan referensi dalam mengimplementasikan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual yang sudah didapatkan selama di bangku perkuliahan ke dalam perancangan identitas visual suatu *fashion brand*.
2. Manfaat bagi Penulis  
Menambah wawasan dan melatih keterampilan dalam mengembangkan ide-ide kreatif di dalam proses perancangan karya desain.
3. Manfaat bagi Evelegance  
Mendapatkan hasil perancangan identitas visual berupa buku GSM (Graphic Standard Manual) yang dapat menjadi panduan yang jelas dalam membangun *visual branding*.
4. Manfaat bagi Pembaca

Memberikan inovasi bagi pembaca bahwa salah satu cara untuk turut berkontribusi pada aspek pelestarian budaya Indonesia juga dapat dilakukan melalui eksplorasi desain grafis yang mengkolaborasikan elemen batik dengan elemen grafis yang lebih modern. Selain itu, besar harapannya dapat memberikan motivasi, khususnya bagi kalangan muda, bahwa mengenakan batik bisa dikombinasikan menjadi gaya pakaian yang semi-formal sehingga bisa digunakan dalam keseharian.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan susunan atau urutan untuk menyusun sebuah penelitian, riset, ataupun karya tulis lainnya (Azis, 2023). Sistematika penulisan bertujuan agar karya tulis dapat tersusun dengan sistematis, runtut, rapi, dan terstruktur (Anis, 2020). Secara umum, sistematika penulisan karya tulis ilmiah terdiri dari 5 bagian, yaitu bagian pendahuluan, paparan dasar teori, paparan data penelitian, bagian analisis dan pembahasan, serta bagian penutup (Azis, 2023).

Adapun sistematika penulisan pada laporan tugas akhir yang disusun oleh penulis terbagi ke dalam 5 bab, diantaranya sebagai berikut:

### **1. Bab 1 - Pendahuluan**

Bab pertama berisi uraian dan penjabaran terkait latar belakang yang menjadi dasar perancangan ini, identifikasi masalah pada objek perancangan, rumusan masalah yang menjadi dasar atau acuan penyelesaian masalah, tujuan penelitian yang menjelaskan tujuan perancangan ini, manfaat penelitian berisi uraian manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui perancangan ini bagi banyak pihak, serta sistematika penulisan yang menjelaskan isi struktur penulisan.

### **2. Bab 2 - Tinjauan Umum**

Bab kedua menguraikan tinjauan pustaka dan tinjauan teori yang relevan dan berkaitan dengan topik permasalahan yang dibahas. Tinjauan ini menjadi dasar dan acuan dalam merumuskan kerangka berpikir pada penulisan laporan proyek penugasan akhir ini. Selain itu,

bab kedua juga menjelaskan dan menjabarkan bagan kerangka berpikir yang menjadi acuan penelitian dalam proyek tugas akhir ini.

3. Bab 3 - Metodologi Desain

Bab ketiga berisi pembahasan mengenai rancangan penelitian, sistematika penelitian, jenis penelitian, metode pencarian data, hasil pengumpulan data, teknik analisis data, kesimpulan hasil analisis data, serta kesimpulan hasil analisis dan pemecahan masalah.

4. Bab 4 - Strategi Kreatif

Pada bab ini berisi pembahasan terkait keseluruhan konsep karya hingga hasil akhir perancangan (*final art*) dari topik yang dibahas. Bab ini menguraikan secara rinci mengenai pendekatan komunikasi, persepsi konsumen terhadap karya topik, analisis strategi 5W+1H, analisis STP, analisis pesaing, analisis SWOT, strategi media utama dan media pendukung, identitas utama *brand*, *moodboard*, konsep kreatif, konsep visual, *tone and manner*, proses perancangan logo dari sketsa hingga logo akhir, filosofi logo, tata letak dan pengaplikasian logo, konsep verbal, tata letak dan komposisi visual pada media komunikasi, hingga pemaparan hasil akhir media utama dari perancangan ini.

5. Bab 5 - Penutup

Bab terakhir merangkum keseluruhan isi perancangan pada sub-bab kesimpulan, serta sub-bab saran untuk memberikan masukan yang dapat dikembangkan lagi untuk ke depannya berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada perancangan ini.