BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Logo adalah salah satu bentuk iklan yang singkat. Di samping menjadi tanda pengenal yang segera membawa imajinasi seseorang kepada pemilik logo tersebut. Logo haruslah membawa pesan yang besar dalam ruangan yang sempit. Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Dalam kehidupan sehari-hari sebuah logo bukan hal asing yang sering dijumpai bahkan di sekitar lingkungan tempat tinggal pun sebuah logo sering terlihat keberadaannya. Logo yang baik adalah logo yang mudah untuk diingat. Maka dibutuhkanlah elemen-elemen dalam membangun sebuah logo yang baik. Salah satunya adalah *branding* baju yang ada di Bukittinggi adalah Ninox Scutul.

Dalam membangun suatu identitas yang baik agar sebuah merk mampu diingat oleh konsumen, logo merupakan salah satu aspek penting yaitu sebagai identitas produk yang utama. Menurut David E. Carter dalam bukunya "Branding : The Power of Market Identity", visualisasi logo yang baik terdiri dari 6 aspek yaitu: *original, legible, simple, memorable, easily associated with the company, easily adaptable for all graphic media*. Logo *Ninox Scutul* belum memenuhi ke-6 aspek tersebut karena kurang terkesan unik, memiliki tingkat keterbacaan yang kurang, sulit diaplikasikan ke berbagai media serta belum

mencitrakan keunikan dari Ninox Scutul. Selain itu aplikasi logo juga belum aktif menunjang identitas Ninox Scutul. Karena latar belakang tersebut maka redesain logo dan perancangan untuk Ninox Scutul ini dibuat.

Gambar 1. Logo Lama Pada Produk *Clothing Ninox Scutul*
(Sumber: Rivno Hario Rezky)

Logo dan nama *clothing* di atas merupakan logo dari Ninox Scutul sebelum mengalami proses redesain logo dan perubahan nama menjadi Dexdei yang diambil dari pangilan sehari-hari pemilik perusahaan di waktu kecil. Secara keseluruhan logo Ninox Scutul ini, visual yang dihadirkan di logo tersebut masih terlihat kaku karena dari bentuk logo masih jauh dari kesan unik, simpel, dan fleksibel. Logo belum menggunakan ikon atau ilustrasi yang dapat membuat logo tersebut menjadi unik. Unik di sini berarti dapat mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain. Logo di atas tentu saja masih belum mencuri perhatian konsumen, karena dari bentuk logo belum ada yang menjadi pusat perhatian. Logo masih jauh dari kesan unik, simpel, dan fleksibel. Belum terlihat ciri khas yang khusus pada

logo yang dapat membedakan dengan logo yang lain dan logo tersebut susah diingat.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan desain ulang pada pada sebuah logo, khususnya logo sebuah perusahaan. Logo perusahaan yang diaplikasikan pada sebuah produk serta berdampak untuk jangka yang panjang bagi sebuah perusahaan, yang akan selalu dikenakan di setiap media yang akan digunakan oleh perusahaan tersebut khususnya untuk c*lothing* Dexdei. Redesain logo bukan serta merta hanya sebatas rangkaian visual tidak sesuai dengan pengaplikasiannya pada produk namun banyak hal yang menjadi landasan meredesain logo.

Hal tersebut yang membuat logo di atas masih perlu dimaksimalkan. Dengan cara redesain, agar tercapainya logo yang unik, simpel, dan dapat memiliki ciri khas sebagai identitas dari sebuah perusahaan. Pemilihan Perancangan redesain Ninox Scutul ini dilakukan karena pemilik perusahaan merasa adanya beberapa kekurangan seperti nama *clothing* yang susah diingat. Tidak hanya namanya yang susah diingat, c*lothing*-an ini juga kurang diminati di pasaran dikarenakan produk ini memiliki desain yang terbatas. Hal ini menjadikan produk ini kurang dikenal di kalangan masyarakat luas. Dengan adanya permasalahan tersebut pemilik perusahaan ingin melakukan redesain logo dengan tujuan melakukan penambahan identitas dan kualitas *branding* dari *Ninox Scutul* terdahulu.

B. Identifikasi masalah

Dari latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasikan beberapa masalah antara lain sebagai berikut:

1. Belum terlihat ciri khas yang khusus pada logo yang dapat membedakan dengan logo yang lain dan logo tersebut susah diingat.
2. Logo yang sudah ada dilihat dari sisi konstruksi belum merupakan sesuatu yang dapat menjadi image perusahaan.
3. visual yang dihadirkan di logo tersebut masih terlihat kaku karena dari bentuk logo masih jauh dari kesan unik, simpel, dan fleksibel.

C. Rumusan Masalah dan Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sudah disebutkan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

1. Rumusan masalah

   Bagaimana merancang redesain logo Ninox Scutul yang efektif sehingga dapat diketahui oleh masyarakat lokal maupun wisatawan dan bagaimana merancang redesain logo yang komunikatif, fleksibel, dan estetis.
2. Stratergi perancangan

   Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka digunakan strategi perancangan yang dapat menyelesaikan masalah. Strategi yang digunakan adalah redesain logo yang memberikan sesuatu yang baru dan lebih menarik.

D. Tujuan Perancangan

Usaha *clothing store* ini mempunyai tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk membangun *brand* pada industri *clothing*, di mana pada era digital tidak cukup hanya dengan memiliki *market share.* Melalui pendekatan yang

lebih *consumer oriented* serta dapat menyentuh *mind* dan *heart share* dari konsumen mereka.

2. Untuk membentuk identitas baru yang akan membedakan antara satu dengan yang lainnya.
3. Untuk penanaman citra atau *image* yang bisa menjadikan sebagai daya tarik.

E. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diharapkan dari perancangan ini adalah :

1. Dapat dijadikan referensi dalam membuat contoh *re-design logo* yang baik dan benar.
2. Dapat membangun citra atau image yang menarik didalam industri *clothing.*
3. Dapat mendekatkan konsumen dengan *Dexdei* sebagai nama baru sehingga dapat membangun pasar lebih baik.

F. Orisinalitas Perancangan

Orisinalitas menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam proses penggarapan sebuah karya desain. Hal itu sebagai tolak ukur proses pengkaryaan yang dilakukan oleh seorang desainer. Dapat disimpulkan bahwa orisinalitas sebuah karya desain dituntut untuk memunculkan hal yang baru, konsep yang baru dan sesuatu yang berbeda dengan karya desain lain yang sudah ada sebelumnya. Untuk menghindari terjadi kesalahan dalam perancangan lebih baik sebelum memulai proses perancangan, tentunya harus memperbanyak data dan konsep. Adapun karya pembanding sebagai berikut:

1. **KAPUYUAK**

Gambar 2. Logo Kapuyuak
(Sumber: https://kapuyuak.id/)

Minang merupakan identitas yang melekat semenjak kita dilahirkan. Identitas yang akan kita sandang kemanapun bumi hendak dipijak dan jalan yang akan ditempuh. Identitas yang didalamnya terkandung prinsip dan falsafah hidup yang begitu luhur hasil buah pikir para pendahulu kita. Dibentuk pada bulan Agustus 2010. Dengan *tagline* "Kaos Unik Raso Minang" produk Kapuyuak berupaya mengangkat nilai-nilai budaya Minangkabau yang begitu dinamis, unik, penuh kiasan, dan sarat akan pesan. Sedangkan perbedaan dengan perancangan *rebranding* yang menjadi Dexdei lebih mencitrakan karakter *brand* yang berlandaskan budaya namun dirancang dengan moderen.

2. **TANGKELEK**

Gambar 3. Logo Tangkelek
(Sumber: https://tangkelek.com/tangkelek-angkat-kearifan-lokal-minangkabau-dengan-kaos-kocaknya/)

Sandal dari kayu yang akrab disebut dengan *tangkelek* menjadi ikon sebuah usaha pakaian di Sumatera Barat. Sudah tidak asing bagi kalangan generasi muda Sumatera Barat degan pakaian yang memakai *branding* Tangkelek, bahkan sudah mulai menasional. Baju berlogo Tangkelek ini sudah menjadi salah satu *souvenir* bagi wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat. Usaha pakaian dengan *branding* Tangkelek ini didirikan dua anak muda Sumatera Barat pada tahun 2009 lalu. Feri Rusli dan Khalid Arafah lulusan Seni Rupa Universitas Negeri Padang. Mereka sepakat membuka usaha pakaian dengan *branding* Tangkelek. Sedangkan perbedaan dengan perancangan *rebranding* Ninox Scutul menjadi Dexdei lebih mencitrakan karakter *brand* yang berlandaskan budaya namun dirancang dengan moderen.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG