Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Edwin Jeans merupakan sebuah merek yang sudah cukup lama berada di fesyen Indonesia. *Clothing company* ini sudah berdiri sejak tahun 1985. Selama 32 tahun eksistensinya di Indonesia membuat merek Edwin Jeans menjadi salah satu perusahaan yang stabil di bidangnya. Tempat utama Edwin Jeans melakukan pemasaran produknya berada di Ramayana *Department Store*, selain itu Edwin Jeans juga sedang memperbesar ranah penjualan melalui *online shop* yaitu Zalora dan Shopee. Merek ini berfokus terhadap busana-busana dengan menggunakan bahan jeans yang memiliki variasi kantongnya tidak pernah berganti dan terdapat jahitan menyerupai huruf "W" sebagai identitas dari Edwin Jeans.

Untuk mendapatkan data lebih lanjut mengenai Edwin Jeans penulis melakukan wawancara dengan *Marketing Manager* ibu Veronica pada tanggal 19 Februari 2018 di Kantor Edwin Jeans. Beliau mengatakan bahwa perusahaannya kurang memperhatikan identitas visual perusahaan oleh karena itu beliau menyampaikan bahwa keinginannya untuk merancang identitas visual bagi perusahaan. Disisi lain penulis menyebarkan kuesioner kepada 101 orang dan mendapatkan hasil bahwa visual logo dari Edwin Jeans bersifat kaku, kuno dan visual logo seperti merek Levi's. Kemudian melalui observasi yang telah penulis lakukan pada tanggal 2 Maret 2018 pada pukul 15.00 WIB di Ramayana Dept.

Store, penulis menemukan banyaknya ketidakkonsistenan yang terdapat di visual yang tertera di Edwin Jeans salah satunya adalah perbedaan logotype.

Identitas visual dibutuhkan oleh suatu *brand* dikarenakan hal ini dapat membangun tingkat kepercayaan konsumen, posisi perusahaan di pasar perdagangan dan membuat perbedaan antara suatu perusahaan dengan perusahaan lain (Landa, 2011, hlm 240). Bedasarkan fakta-fakta tersebut perlunya sebuah perancangan identitas visual yang menjadi *guideline* perusahaan dalam mendesain, yang sesuai dengan bidang pekerjaan, keunikan, karakteristik dan target konsumen dari perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan ulang identitas visual Edwin Jeans?
2. Bagaimana perancagan *Graphic Standard Manual* Edwin Jeans?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan oleh penulis sebatas melakukan perancangan ulang identitas visual tanpa mengubah *brand identity* dari perusahaan tersebut.

A. Demografis

Usia target primer : 15-40

Jenis Kelamin : Pria

Ekonomi : Menengah kebawah

B. Psikologis

Kebiasaan : suka berbelanja, anak milenial, menyukai fesyen

C. Geografis

Indonesia

Perancangan Identitas Visual..., Leonardo, FSD UMN, 2018

1.4. Tujuan Tugas Akhir

1. Merancang indentitas visual fesyen merek Edwin Jeans yang sesuai dengan bidang pekerjaan, keunikan, target konsumen dan karakteristik dari perusahaan.
2. Merancang GSM Edwin untuk pengaplikasian logo Edwin Jeans

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif, antara lain:

1. Manfaat bagi penulis

   Penulis dapat menyelesaikan syarat kelulusan, disisi lain penulis mendapatkan pengalaman menangani perusahaan besar yang dan dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah diajarkan.

2. Manfaat bagi perusahaan

   Perusahaan mendapatkan hasil dari penelitian penulis dan hasil tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *brand visual identity* dan menjadikan hasil perancagan ini sebagai guideline dalam mendesain.

3. Manfaat bagi universitas

   Dengan adanya penelitian dan perancangan ini dapat dijadikan sebagai refrensi dalam membantu penelitian yang sejenis, kemudian hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumber informasi baru mengenai fesyen merek Edwin Jeans.

Perancangan Identitas Visual..., Leonardo, FSD UMN, 2018