



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fesyen merupakan gaya yang dimiliki orang tergantung dari selera masing-masing. Maka dari itu, fashion dapat mencerminkan karakter dari seseorang. Setiap orang ingin terlihat menarik, tidak terkecuali pria, baik dalam urusan berpakaian sehari-hari maupun untuk kebutuhan bisnis atau acara. Salah satu aksesoris yang gemar untuk dikoleksi para pria adalah sepatu, baik itu sepatu *sneakers*, sepatu kulit, atau yang lainnya.

Dalam menjaga keawetannya, sepatu memang butuh perawatan ekstra, terutama untuk sepatu kulit. Tidak terlepas dari bahan sepatu berkulit asli ataupun imitasi, dibutuhkan perhatian lebih agar sepatu kulit tidak cepat mengelupas. Salah satu cara untuk merawat sepatu kulit adalah dengan menggunakan semir sepatu.

Semir sepatu merupakan produk yang digunakan agar penampilan sepatu tetap seperti baru, cara penggunaannya adalah dengan mengambil sedikit semir dan oleskan pada area sepatu yang warnanya sudah mulai pudar, lalu gunakan sikat halus untuk menggosoknya. Dalam sejarah, semir sepatu diciptakan pertama kali oleh William Ramsay pada tahun 1906. Variasi semir sepatu juga semakin beragam, seperti semir sepatu berwarna *black*, *brown*, dan *neutral*.

Di Indonesia, terdapat beberapa merek semir sepatu, yaitu Kiwi, Cololite, Bagus, dan salah satunya adalah Fei Niao. Fei Niao merupakan semir sepatu yang

diproduksi oleh PT Sanyu Prima Abadi dan pertama kali diluncurkan pada tahun 1984 oleh *CEO* PT Sanyu, yaitu Agus Sugianto dan Halim Sucipto, yang memberikan dua jenis variasi, yaitu semir sepatu *black* dan semir sepatu *brown*.

Dari hasil wawancara penulis dengan Daniel, *manager* PT Sanyu, Fei Niao merupakan salah satu produknya yang penjualannya semakin menurun sejak tahun 2015 hingga tahun ini dikarenakan kesan yang diberikan Fei Niao terlalu tradisional dan tidak berkembang sesuai dengan jaman. Penggantian nama produk juga diinginkan tetapi Fei Niao sudah dipatenkan pada tahun 2006 sehingga tidak dapat mengganti nama serta logo baru lagi.

Selain itu, PT Sanyu juga mendapat surat pidana dari kepolisian mengenai barang penjualan tanpa label berbahasa indonesia menurut pasal 6 ayat 1 UURI no. 7 thn 2014 tentang perdagangan dikarenakan belum mendapat nomor ijin depkes serta tidak adanya tata cara pemakaian, komposisi, serta tulisan berbahasa indonesia pada desain kemasannya.

Oleh karena itu, penulis ingin membuat perancangan strategi *rebranding* Fei Niao dengan judul: “**REBRANDING SEMIR SEPATU FEI NIAO DENGAN PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**”.

1.2. Rumusan Masalah

- a) Bagaimana membangun *brand awareness* dan *brand image* baru pada Fei Niao melalui perancangan ulang identitas visualnya agar?
- b) Bagaimana merancang *graphic standard manual* untuk Fei Niao yang baru?

1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan identitas visual Fei Niao, perancangan ulang akan dilakukan tanpa mengubah nama serta disesuaikan dengan target market Fei Niao, yaitu target primer berupa pria berusia 20-40 tahun dengan status ekonomi menengah ke bawah dan pendidikan minimal SD berlokasi di Jabodetabek. Untuk memecahkan dan menjawab setiap permasalahan, penulis menggunakan teori-teori yang dijadikan untuk acuan pembahasan:

1. Citra dari semir sepatu Fei Niao.
2. Sejarah produksi semir sepatu Fei Niao beserta kelebihan dan kelemahannya.
3. Media promosi yang dibutuhkan dalam menyampaikan citra Fei Niao.

Pembuatan media visual bertujuan untuk mengenalkan identitas visual Fei Niao dalam membantu peningkatan dan pengembangan usaha menjadi lebih baik.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan adalah membangun citra Fei Niao agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan membuat identitas yang konsisten antar media komunikasinya.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Hasil dari tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi:

- a) Penulis.

Penulis dapat mempraktekkan langsung ilmu yang sudah dipelajari di masa perkuliahan dan menjadi tolak ukur kemampuan penulis seberapa jauh dalam penguasaan materi.

b) Masyarakat.

Manfaat perancangan ulang *brand* adalah membuat masyarakat lebih bisa menerima *image* baru Fei Niao yang sebelumnya dianggap tidak mengikuti jaman.

c) Perusahaan.

Dengan identitas visual yang baru, diharapkan bisa membantu pengembangan usaha Fei Niao menjadi lebih besar dan memiliki kesempatan bersaing dengan kompetitor besar.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA