



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

Fashion dianggap mampu memberikan cerminan kepribadian seseorang. Fashion di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan. Masyarakat sudah sadar bahwa mereka harus memperhatikan penampilan mereka mulai dari rambut, pakaian, tas, dan sepatu. Sepatu selain dianggap menjadi alas kaki saat ini dianggap menjadi penunjang penampilan seseorang (Ebiet A. Mubarak, 2018, Sepatu Pelengkap Penampilan, <https://www.jawapos.com>). Dengan beragamnya jenis-jenis sepatu, membuktikan bahwa sepatu merupakan penyempurna dalam penampilan. Oleh karena itu sepatu harus tetap bersih, karena dapat menimbulkan rasa tidak percaya diri dan dapat menjadi sarang bakteri dan merusak sepatu (Rahmadiani Cynthia, 2016, Dengan 6 Tips Ini, Sepatumu Akan Kembali Bersih dan Terlihat Seperti Baru Lagi, <https://www.hipwee.com>). Sehingga tidak heran bahwa usaha laundry sepatu berperan penting bagi masyarakat penggemar sepatu.

Rockickz yang berdiri pada tahun 2013 merupakan usaha di bidang pencucian sepatu. Menurut Iwan, owner dari Rockickz sendiri, yang penulis temui di kantor pusat Rockickz di Pasar Santa pada tanggal 23 November 2017, menuturkan bahwa awal berdirinya Rockickz mereka hanya menyediakan jasa untuk membersihkan sepatu, namun melihat perkembangan saat ini mereka dapat mencuci produk lainnya seperti tas, *recoloring*, menjual produk pencuci dan kebersihan lainnya, serta memiliki produk yang dibuat sendiri oleh Rockickz dan

beberapa produk baru yang sedang dikembangkan. Dengan berkembangnya jasa dan produk Rockickz maka segmentasi pasar mereka juga ikut berubah, sebelumnya hanya pria berusia 25-30 tahun saja menjadi pria dan wanita berusia 21-30 tahun. Berdasarkan teori Landa (2011, hlm. 240) perubahan identitas dapat dibagi menjadi beberapa jenis, lalu 2 jenis diantaranya sesuai dengan kebutuhan Rockickz yaitu, pembaharuan perusahaan dalam produk atau jasa, dann perubahan target segmentasi. Kini Rockickz telah memiliki 10 cabang yang tersebar di Jakarta, Bintaro, dan Surabaya. Rockickz sendiri juga sering mengikuti bazar *sneakers* yang biasanya diadakan di mall serta dapat melakukan pembelian produk secara online.

Dalam melakukan observasi secara langsung di Pasar Santa, penulis mendapatkan penggunaan identitas visual yang tidak konsisten karena tidak memiliki GSM sehingga dalam mendesain sehingga tidak memiliki aturan. Penggunaan desain dan identitas visual yang tidak konsisten akan mengurangi *brand awareness* dan sulit untuk dikenali bahkan citra sebuah *brand* tidak dapat tersampaikan dengan baik. (Wheeler, 2013, hlm. 154).

Berdasarkan fakta tersebut, Rockickz membutuhkan identitas visual karena telah mengalami pembaharuan dalam perusahaan dan juga untuk merangkul segmentasi pasar barunya. Penulis mengangkat tema perancangan identitas visual laundry sepatu dan tas Rockickz sebagai bahasan Tugas Akhir penulis.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana perancangan identitas visual Rockickz agar dapat merangkul segmentasi barunya?
2. Bagaimana perancangan *Graphic Standard Manual (GSM)* Rockickz?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan identitas visual dan penelitian Rockickz memiliki beberapa batasan masalah yaitu:

1. Target primer dari perancangan berfokus kepada:
 - a. Pria dan wanita berusia 21-30 tahun
 - b. *Fashionable* dan mementingkan kebersihan
 - c. Berdomisili di wilayah Jakarta dan Tangerang
 - d. Kelas ekonomi A - B
2. Perancangan mengenai identitas visual Rockickz berupa logo dan *Graphic Standard Manual (GSM)*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan identitas visual baru agar dapat memperluas segmentasinya dan merangkul segmentasi wanita.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh dari tugas akhir ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam mengenai perancangan identitas visual.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui tentang Rockickz sebagai laundry berbagai macam sepatu pria dan wanita, tas, recoloring, dan menjual produk untuk kebersihan sepatu dan tas.

3. Bagi Universitas

Menambah referensi bagi akademis mengenai perancangan identitas visual dan masukan untuk penulis selanjutnya

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang penulis lakukan dalam mengumpulkan data dengan metode kombinasi (kuantitatif dan kualitatif). Menggunakan penggabungan kedua metode tersebut akan menghasilkan riset yang lebih baik dan lebih akurat (Creswell, 2013, hlm. 80). Metode yang penulis gunakan antara lain:

1. Metode Observasi Lapangan

Observasi sendiri adalah teknik untuk memperoleh data secara langsung dan valid dengan cara mengamati langsung aktifitas dan kondisi lingkungannya (Creswell,

2013, hlm. 392). Penulis mengunjungi kantor pusat Rockickz di Pasar Santa Jakarta. Dalam melakukan observasi penulis akan melihat secara langsung untuk mengetahui kondisi serta hal-hal yang dibutuhkan dalam penilitan serta perancangan.

2. Metode Kuesioner

Metode Kuisisioner adalah mengumpulkan data dengan menanyakan pertanyaan kepada orang lain (responden) (Sugiyono, 2011, hlm. 193). Penulis akan menyebarkan survey secara online kepada responden tanggapan masyarakat mengenai keberadaan Rockickz, serta identitas visual yang dimiliki saat ini. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui presentase masyarakat yang sadar akan kebutuhan identitas visual yang baik.

3. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah mengumpulkan data dengan menanyakan pertanyaan yang sesuai dengan penelitian secara langsung dengan orang yang bersangkutan (narasumber) dengan bertemu secara langsung, melalui telepon, atau diskusi group (Creswell, 2013, hlm. 392). Penulis melakukan wawancara langsung dengan owner Rockickz untuk mengetahui tentang *product knowledge* dan karakteristik perusahaan itu sendiri.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA