

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi daya tarik perkembangan *fashion*. Perkembangan *fashion* terutama *fashion* hijab di Kota Bandung cukup pesat dengan banyaknya kompetitor yang serupa keberadaannya. Dibalik itu semua industri kreatif di bidang *fashion* harus memiliki inovasi baru untuk produknya dan terlihat unik sehingga akan menjadi pembeda diantara industri *fashion* lainnya. Salah satu *brand* lokal Kota Bandung yang memiliki keunikan dibidang *fashion* hijab ialah *brand* Eclemix. *Brand* Eclemix merupakan *brand* *fashion* hijab wanita muslimah asal Kota Bandung yang memiliki konsep awal ialah penggabungan tren desain dan pencampuran gaya busana yang terlihat elegan dan simpel.

Adanya perkembangan produk yang mengacu pada konsep desain *fashion korean style* yang dikombinasikan dengan gaya busana islami menjadikan *brand* Eclemix mengalami pembaruan dan perubahan konsep pada perusahaan. Adanya perubahan kultur pada perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya perubahan sikap pada karyawan Eclemix yang lebih produktif dan juga lebih baik dalam menyikapi konsumen disetiap pembelian produknya. Adanya perubahan pada visi dan misi perusahaan membuat *brand* Eclemix ini perlu melakukan *rebranding* pada identitas visual logo guna merespon perubahan yang baru. Berdasarkan hasil evaluasi dirasa perlu melakukan pembaruan identitas visual Eclemix agar memberikan wajah baru bagi perusahaan dengan menunjukkan konsep terbaru yang ada pada produk-produk Eclemix yaitu konsep *fashion korean style*.

Disisi lain juga sudah ada beberapa kompetitor *brand* *fashion* hijab yang memiliki kesamaan dari bahan campuran yang digunakan. Membawa adanya sebuah nama pada merek, *brand* Eclemix menjadikan identitas yang tidak memiliki nuansa arab pada istilah nama *brand* umumnya, dari situlah nama Eclemix terkesan modern. Dengan adanya identitas nama tersebut didukung dengan identitas visual logo, karena sebuah logo dapat diartikan bagaimana sebuah perusahaan tersebut, penempatan *brand positioning* dibenak masyarakat dan juga dengan adanya logo

akan memiliki fungsi identitas diri dari sebuah perusahaan serta memberikan nilai positif dibenak masyarakat pada umumnya. Sehingga akan memberikan nilai ekonomis pada penjualan produk perusahaan tersebut dan juga akan berhubungan dengan gaya hidup masyarakat.

Banyaknya pesaing menjadikan Eclerix memiliki kompetitor *brand* yang serupa seperti HijabChic yang mana merupakan produk lokal Bandung yang sudah memiliki beberapa toko (*offline store*) di beberapa wilayah di Indonesia seperti Bandung, Bintaro, Palembang dan Makasar. Eclerix memiliki pesaing berat di bidang *fashion* hijab, tetapi Eclerix juga berusaha untuk selalu memperbarui inovasi dan kreatifitas pada produk yang dihasilkan demi menguatkan *brand equity* yang dapat berpengaruh pada keputusan konsumen. Dengan demikian perlu adanya perancangan ulang identitas visual *brand* Eclerix yang akan menjadikan *brand* ini terkesan elegan dan modern melalui keunikan produknya.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi masalah yang menjadi dasar perancangan sebagai berikut :

- Logo lama pada perusahaan kurang memberikan kesan keunikan dan pembaruan konsep pada *brand* Eclerix, sehingga perlu dirancang logo yang baru guna menampilkan keunggulan dan konsep baru perusahaan dibenak masyarakat.
- Perusahaan membutuhkan reposisi atau memperbarui merek global karena banyaknya kompetitor *brand fashion* hijab saat ini, sehingga perlu menunjukkan keunikan dari *brand* Eclerix pada identitas visual logo.
- Adanya pembaruan konsep pada perusahaan, dari konsep yang lama yaitu penggabungan gaya desain *fashion* hijab yang modern dan *chic* menjadi konsep yang baru yaitu *korean style* pada produk-produk Eclerix.

- Pembaruan misi pada perusahaan saat ini, dari misi yang lama yaitu *wearing confidence* pada produk Eclerix menjadi misi yang baru yaitu memberikan kesan kenyamanan disetiap aktivitas konsumen yang menggunakan produk Eclerix dalam kesehariannya dengan percaya diri dalam menggunakan *fashion korean style* islami.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, pokok permasalahan perancangan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana merancang identitas visual *brand* Eclerix dengan pembaruan konsep *korean style* agar lebih dikenal oleh masyarakat Kota Bandung.

I.4 Batasan Masalah

Mempertimbangkan pembahasan mengenai *rebranding* sebuah merek ini sangatlah luas, maka pembahasan hanya dibatasi seputar aspek perancangan ulang identitas visual melalui logo, *tagline*, dan strategi promosi dari *brand* tersebut yang akan berpengaruh dalam kualitas produk dari segi visual. Adapun pembahasan ini dibatasi agar dalam pembahasan dan solusi permasalahan akan lebih terarah dan tidak meluas.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Dari rumusan masalah di atas yang diajukan, maka tujuan dari perancangan ini adalah:

- Memberikan kesan baru dibenak masyarakat bahwa *brand* Eclerix sebagai *brand fashion* hijab yang memiliki konsep *korean style* melalui pembaruan identitas visual logo

I.5.2 Manfaat Perancangan

Perancangan berikut ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- **Manfaat bagi Perusahaan**

Sebagai masukan dalam pengambilan keputusan tentang citra merek *brand* Eclerix sebagai *fashion* hijab di Kota Bandung dan mendapatkan kesan yang baru dibenak masyarakat dengan adanya perancangan ulang identitas visual melalui logo ini. Faktor ini akan membantu menghadapi persaingan kompetitor lain.

- **Manfaat bagi Akademisi**

Melalui perancangan ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan mengenai citra *brand* sebuah produk. Secara teori akan diperoleh pengetahuan mengenai *rebranding* sebuah produk dalam industri kreatif dan juga sebagai referensi bagi keilmuan desain komunikasi visual yang lain untuk dapat lebih dikembangkan mengenai perancangan ulang identitas visual melalui logo dalam tugas akhir ini.