

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Pada setiap perusahaan tentunya memiliki logo sebagai identitas perusahaannya. Selain identitas perusahaan, logo pada perusahaan juga bisa menciptakan dan menyampaikan citra positif pada perusahaannya, memberikan kepercayaan dan kesan baik kepada masyarakat yang menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Logo pada perusahaan juga bisa menjadi ajang promosi baik dari produk atau jasa dan juga perusahaan itu sendiri.

Logo dapat diartikan sebagai gambar yang memiliki arti tertentu dan mewakili identitas dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, lembaga, negara dan hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama aslinya.

Memperkuat identitas logo sudah seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan. Fungsinya supaya masyarakat dapat dengan mudah mengenal dan mengingat perusahaan atau produk yang ditawarkan. Penguatan identitas juga dapat berpengaruh pada pendapatan suatu perusahaan. Karena semakin logo atau identitas dapat dikenal oleh masyarakat dengan mudah, semakin banyak pula konsumen yang tertarik pada produk yang ditawarkan. Ditambah jika pengaplikasian logo pada media-media yang menjadi media pengingat kepada konsumen semakin kuat. Maka *positioning* perusahaan atau produk akan semakin kuat dan dapat menarik minat lebih banyak di masyarakat.

Level Scarves memiliki misi, yaitu membantu wanita untuk tetap *stylish* dengan hijab, menjadi bagian dari perjalanan mulai hijrahnya wanita muslim, dan menjaga keceriaan wanita dengan memberikan motif yang unik dan *playful*. *Tagline* dari perusahaan Level Scarves yaitu “Warna Baikmu Untuk Dunia”. Memiliki juga *brand soul* yaitu “*Moodbooster* untuk sekitarnya”. Pada visinya saat ini “Mewujudkan keceriaan dan kenyamanan berhijab untuk aura terbaik Muslimah”. Pada varian produknya pun saat ini sudah bertambah, tidak hanya menawarkan hijab saja. Kini Level Scarves sudah mulai menawarkan *inner* baju hijab dan ciput

hijab. Hal ini dilakukan karena semakin meningkatnya kebutuhan seputar muslimah dan semakin tingginya persaingan dengan kompetitor.

Pada logo Level Scarves saat ini yaitu dengan *logotype* dengan tulisan “Level Scarves”, dan *logogram* dengan ilustrasi tetesan embun yang berada didalam sebuah ilustrasi balon kata yang dimana menurut desainer pembuat logonya ingin merepresentasikan tentang ketika sedang bercakap atau berbincang bisa saling menebar aura positif dan kesejukan dari perbincangan itu. Namun dengan ilustrasi *logogram* yang saat ini banyak yang mengira bahwa logo tersebut bukan logo produk dari hijab, banyak yang mengira saat pertama kali melihat logo tersebut terkecoh dari *logogram* nya yang menyebut seperti ilustrasi perhiasan cincin, kalung, dan ada juga yang mengira dari kata “scarves” merujuk seperti syal. Ada pula pada produk hijabnya terdapat logo yang menonjol dengan logo tulisan “LS” yang dimana membuat konsumen mengira logo tersebut bukan dari perusahaan Level Scarves karena sangat berbeda dengan logo perusahaan logo Level Scarves saat ini. Oleh karena itu diperlukan logo yang sesuai dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat terkait logo Level Scarves saat ini dan konsisten antara logo perusahaan dan logo pada produk hijabnya.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- Logo Level Scarves saat ini banyak menuai kesalahpahaman di kalangan masyarakat.
- Kurangnya keterbacaan atau ukurannya yang kecil pada *logogram* logo Level Scarves saat ini.
- Adanya logo yang berbeda pada produk dengan logo Level Scarves saat ini yang dimana pada bentuk logonya sangat berbeda dengan logo Level Scarves saat ini dan membuat masyarakat kebingungan.

### **I.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang ulang identitas Level Scarves sesuai dengan keilmuan DKV dan membuat logo yang mudah dipahami oleh masyarakat.

### **I.4. Batasan Masalah**

Berdasarkan pembahasan diatas, perancangan ini hanya berdasarkan logo Level Scarves yang mengacu pada *logogram* Level Scarves yang menuai kesalahpahaman dan perbedaan logo perusahaan dan logo produknya. Waktu pelaksanaanya dimulai bulan Maret 2023 – Agustus 2023 di perusahaan Level Scarves dan Universitas Komputer Indonesia dengan ruang lingkup daerah Bandung Kota.

### **I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan**

#### **I.5.1. Tujuan Perancangan**

Perancangan ini dibuat untuk memberikan identitas baru yang keterbacaan *logogram* yang baik dan juga tidak menuai kesalahpahaman terhadap logo Level Scarves.

#### **I.5.2. Manfaat Perancangan**

- Perancangan ini diharapkan mendapatkan manfaat sebagai media keilmuan tentang perancangan ulang suatu logo yang sudah ada dan manfaat bagi perusahaan Level Scarves untuk lebih menguatkan identitas logonya dengan menggunakan teori-teori tentang logo.
- Praktik perancangan ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur kemampuan dalam merancang sebuah identitas *brand* dengan tingkat keterbacaan *logogram* yang baik, dan tidak menuai kesalahpahaman lagi.