

## **BAB II. PENGUATAN IDENTITAS *BRAND LEVEL* SCARVES SESUAI DENGAN PERUBAHAN LOGO**

### **II.1. Landasan Teori**

#### **II.1.1. *Fashion***

(Trisnawati 2011) *Fashion* adalah segala sesuatu yang sedang *trend* dalam masyarakat. Hal ini mencakup busana, selera makanan, hiburan, barang-barang konsumsi dan lain-lain. *Fashion* juga bisa diartikan suatu cara berpakaian yang bisa menggambarkan sebuah karakter atau *personality* seseorang, baik berpakaian dari ujung rambut hingga ujung kaki. Biasanya cara berpakaianya menyesuaikan dengan sifat atau kesukaan pengguna *fashionnya*. Pada zaman modern seperti saat ini, kata *fashion* kerap dijadikan sebagai ajang pamer, namun sebenarnya jika melihat dari fungsi untuk diri sendiri bisa menjadikan penggunaanya semakin meningkatkan percaya diri, menonjolkan karakter diri ataupun membuat orang lain menjadi lebih terpicat.

#### **II.1.2. Pakaian Muslim**

(Ansharullah 2019) Pakaian Muslimah dapat diartikan sebagai pakaian wanita Islam yang dapat menutup aurat yang diwajibkan agama untuk menutupinya, guna memaslahatkan dan kebaikan wanita itu sendiri serta masyarakat dimana dia berada. Sebagai muslim, sudah seperlunya menggunakan pakaian yang menutupi aurat baik itu laki-laki maupun perempuan. Pakaian tertutup bagi kaum laki-laki adalah dari pusar hingga ke mata kaki, sedangkan untuk kaum wanita adalah seluruh bagian tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Karena menurut islam, jika sedikit saja bagian tubuh yang menjadi aurat tersebut terlihat maka akan mendapatkan dosa. Pakaian muslim laki-laki bisa berupa kain sarung, baju koko, dan peci. Sedangkan pakaian muslim wanita bisa berupa gamis, cadar, kaos kaki, dalaman baju Panjang dan juga hijab.

#### **II.1.3. Hijab**

(Mardiyatin 2019) Hijab dipandang sebagai sebuah fenomena sosial yang kaya akan makna dan penuh nuansa. Hijab adalah kain penutup kepala yang digunakan

oleh wanita Muslimah. Jika dalam islam hijab adalah segala hal yang diharuskan untuk ditutup atau dalam maknanya yaitu “as sitr” yang berarti penutup atau menghalangi sesuatu agar tidak bisa terlihat. Menurut (Anisa 2021) Secara istilah, makna dari hijab dijelaskan oleh Al-Quran surat Al-Munawi sebagai berikut :

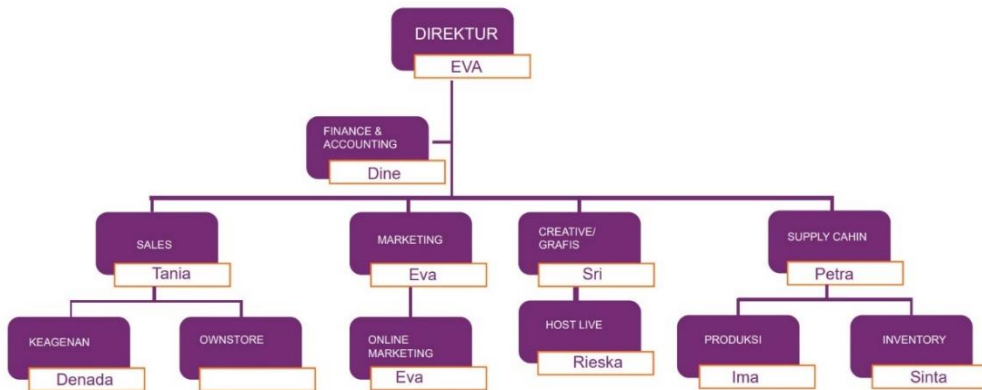
للسِّتْرِ قَيْلٌ وَمِنْهُ، إِلَيْهِ الْوُصُولُ مِنْ مَنَعٍ أَوْ الْمَطْلُوبَ سَتَّرَ مَا كُلُّهُ: الْحِجَابُ  
وَأَصْلُهُ الدُّخُولُ مِنْ لِمْنَعِهِ حَاجِبٌ لِلْبَوَابِ وَقَيْلٌ، الْمَشَاهِدَةَ لِمَنْعِهِ حِجَابُ  
جَسَدَيْنِ بَيْنَ حَائِلٍ جِسْمٍ

“Hijab adalah segala hal yang menutupi sesuatu yang dituntut untuk menutupi atau terlarang untuk menggapainya. Diantara penerapan maknanya, hijab dimaknai dengan as sitr (penutup), yaitu yang menghalangi sesuatu agar tidak bisa terlihat. Demikian juga Al Bawwab (pintu), disebut sebagai hijab karena menghalangi orang untuk masuk. Asal maknanya, hijab adalah entitas yang menjadi penghalang antara dua entitas lain” (At Tauqif” ala Muhimmat At Ta’arif, 1/136)

## II.2. Objek Penelitian

Berawal dari pengalaman pribadi yang dialami *owner* saat proses hijrah dan kesulitan untuk mencari *scarf* yang nyaman juga sesuai dengan gayanya. Kemudian menemukan *scarf* yang sesuai namun harganya cukup mahal, tetapi tetap banyak peminatnya. Sehingga akhirnya memutuskan untuk membangun bisnis *scarf* ini dengan motif yang lebih berani. Pada Januari 2018, Level Scarves menjadi salah satu *brand fashion* hijab di kota Bandung yang menjual berbagai macam produk hijab dengan motif geometri dan *floral*. Didirikan oleh dua *couple preneur* yang bersahabat semasa kerja dan sekarang sudah sangat berkembang hingga memiliki cabang baru di Trans Studio Mall dan di Palembang. Untuk kantor pusat Level Scarves beralamatkan di Suka Asih, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung Jawa Barat. Tempatnya menyatu dengan sebuah café yang dimana kantor Level Scarves berada di lantai dua dan café berada di lantai satu.

Untuk struktur organisasi di perusahaan Level Scarves adalah sebagai berikut:



Gambar II.1 Struktur organisasi perusahaan Level Scarves  
Sumber: Arsip perusahaan Level Scarves 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

## II.2.1 *Brand Story* Level Scarves

- **Product**

Bahan dari produk dari Level Scarves kebanyakan terbuat dari bahan *ultrafine voal*. (Ayunda Sita 2019) Bahan *ultrafine voal* adalah jenis material hijab katun *voal* terbaik yang dikenal super nyaman dikenakan. Bahan *voile* atau *voal* ini kainnya tidak terlihat transparan, namun tidak terlalu tebal. Bahannya juga sangat lembut, sangat mudah untuk dibentuk dan tidak mudah kusut. Ditambah bahan *ultrafine voal* mampu menyerap keringat dan tidak panas. Ukuran hijab motifnya adalah 102 cm x 102 cm dan 115 cm x 115 cm. Dengan motif utamanya yaitu geometri dan *floral*. Untuk warnanya biasanya menggunakan warna yang kontras dan ada pula memakai warna pastel atau warna yang lembut. Selain menjual hijab, produk lain dari Level Scarves adalah *inner* baju Panjang untuk dalaman pakaian hijab, ciput hijab, dan hijab *instan*.



Gambar II.2 *Display* Produk Level Scarves  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)



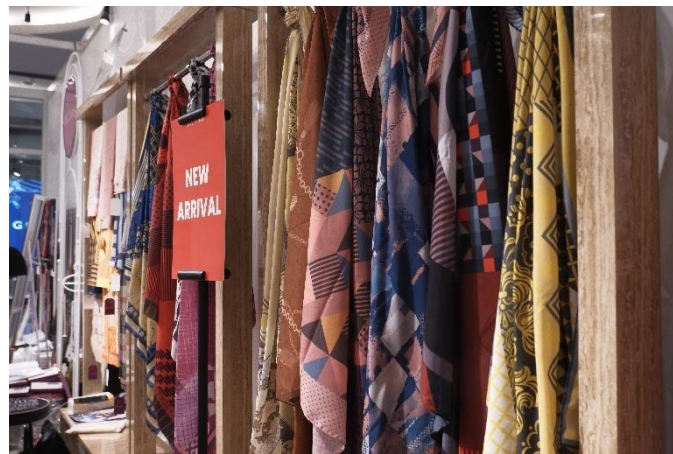
Gambar II.3 Produk Level Scarves varian *Series Limited Edition Floral*  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)



Gambar II.4 Produk Level Scarves varian *inner* baju  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)



Gambar II.5 *Packaging Level Scarves varian basic*  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)



Gambar II.6 *Produk Level Scarves varian geometri*  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)

- **Price**

Level Scarves saat ini memiliki produk baru yang berupa *inner* baju panjang, ciput hijab dan hijab *instan*. Namun harga produk dari Level Scarves bisa dibilang cukup mahal.

Tabel II.1 Daftar harga produk Level Scarves  
 Sumber: levelscarves.com  
 (Diambi pada 5 Juni 2023)

<b>Nama Produk</b>	<b>Harga</b>
Ciput	Rp. 30.000
Bergo Pad Sedang-Black	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Broken White	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Cappuccino	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Coksu	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Dongker	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Fossil	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Latte	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Mocca	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Navy	Rp. 69.000
Bergo Pad Sedang-Stone Grey	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Black	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Broken White	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Cappuccino	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Coksu	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Dongker	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Fossil	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Latte	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Mocca	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Navy	Rp. 69.000
Bergo Pad Tipis-Stone Grey	Rp. 69.000
Bergo Pad Tebal-Black	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Broken White	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Cappuccino	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Coksu	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Dongker	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Fossil	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Latte	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Mocca	Rp. 79.000
Bergo Pad Tebal-Navy	Rp. 79.000

Bergo Pad Tebal-Stone Grey	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Black	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Broken White	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Cappuccino	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Coksu	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Dongker	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Fossil	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Latte	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Mocca	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Navy	Rp. 79.000
Bergo Pad Tali-Stone Grey	Rp. 79.000
Sleeveless-Beige	Rp. 99.000
Sleeveless-Black	Rp. 99.000
Sleeveless-Broken White	Rp. 99.000
Plain Voal-Austin	Rp. 119.000
Plain Voal-Black	Rp. 119.000
Plain Voal-Cappuccino	Rp. 119.000
Plain Voal-Choco Pie	Rp. 119.000
Plain Voal-Cloud	Rp. 119.000
Plain Voal-Dust Green	Rp. 119.000
Plain Voal-Dusty Blue	Rp. 119.000
Plain Voal-Faded Denim	Rp. 119.000
Plain Voal-Fossil	Rp. 119.000
Plain Voal-Ginger Tea	Rp. 119.000
Plain Voal-Grass Green	Rp. 119.000
Plain Voal-Leaves	Rp. 119.000
Plain Voal-Masala	Rp. 119.000
Plain Voal-Navy	Rp. 119.000
Plain Voal-Spicy Red	Rp. 119.000
Plain Voal-Tumeric	Rp. 119.000
Plain Voal-Whisper	Rp. 119.000
Plain Voal-Winter Ice	Rp. 119.000
Plain Voal-Yogurt	Rp. 119.000
Long Sleeves-Beige	Rp. 129.000

Long Sleeves-Black	Rp. 129.000
Long Sleeves-Broken White	Rp. 129.000
BEST OF ME-Girly Girl	Rp. 244.000
Biru Azzure	Rp. 244.000
Biru Daisy	Rp. 244.000
HANUM-Butter	Rp. 244.000
HABUN-Mint Sage	Rp. 244.000
HANUM-Purple	Rp. 244.000
NEW DAY-Autumn	Rp. 244.000
POSITIVE VIBE-Alter Ego	Rp. 244.000
POSITIVE VIBE-Compliant	Rp. 244.000
SWEET HOME-Black	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-Allura	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-Dinamic	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-Gratia	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-HiClass	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-Majestic	Rp. 244.000
WONDERFUL YOU-Utopia	Rp. 244.000
Afirmasi	Rp. 244.000

- **Place**

Alamat dari perusahaan Level Scarves ini bertempat di Jl. Undak Kencana, Suka Asih, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40233. Jam buka pukul 08.00, dan untuk kantornya berada di atas sebuah *cafe*. Namun toko cabang Bandung berada di dalam Trans Studio mall yang beralamatkan di Jl. Trans Studio, Cibangkong, Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat. Buka setiap hari mulai pukul 10.00-22.00 WIB.





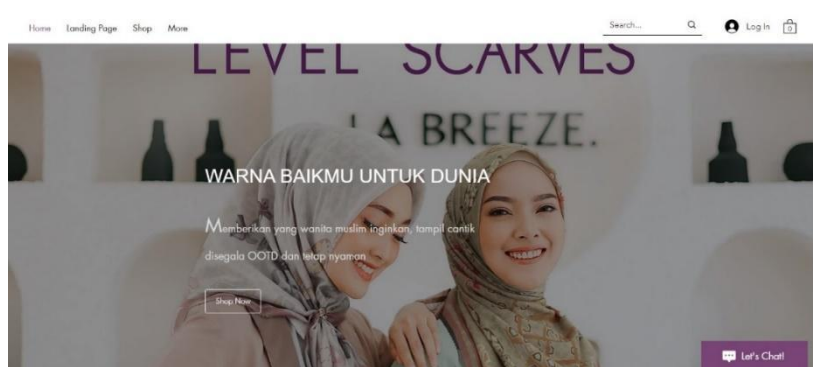
Gambar II.7 Toko Level Scarves cabang Bandung (Trans Studio Mall)  
Sumber: Data Pribadi 2023  
(diambil pada 5 Juni 2023)



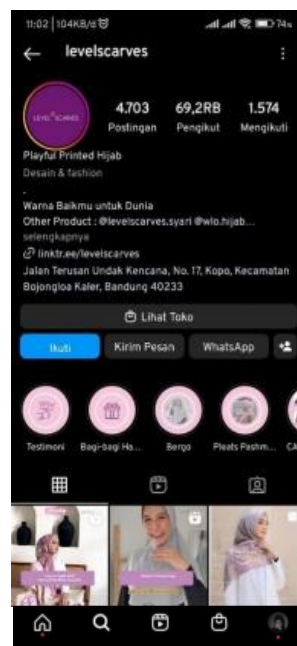
Gambar II.8 *Interior* kantor Level Scarves  
Sumber: Data Pribadi 2022  
(diambil pada 8 Desember 2022)

- **Promotion**

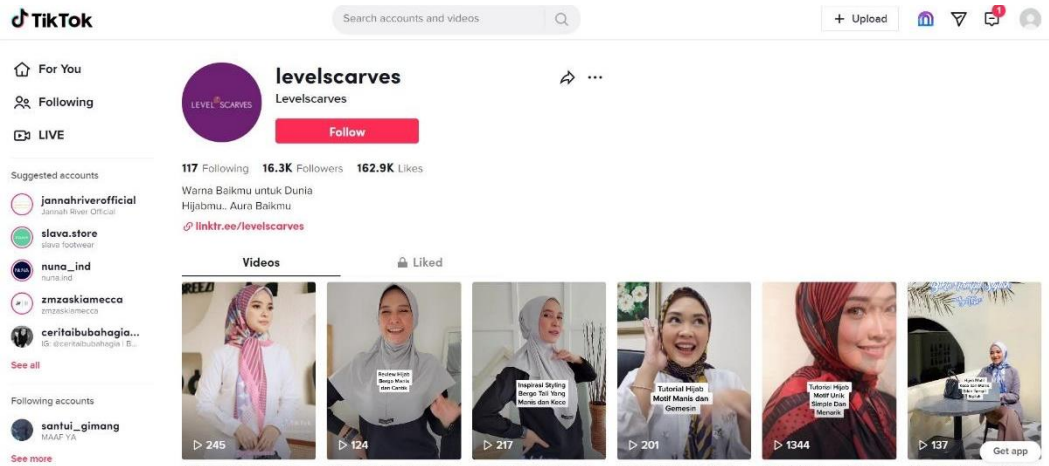
Promosi yang digunakan oleh Level Scarves adalah lewat *website* resminya yaitu [www.levelscarves.com](http://www.levelscarves.com), *Instagram* @levelscarves, Tik Tok levelscarves, dan pada toko *online* nya yaitu *Shopee* yaitu LEVELSCARVES Official Shop. Selain itu Level Scarves mempromosikan produknya di salah satu *mall* terkenal di Bandung yaitu Trans Studio Mall.



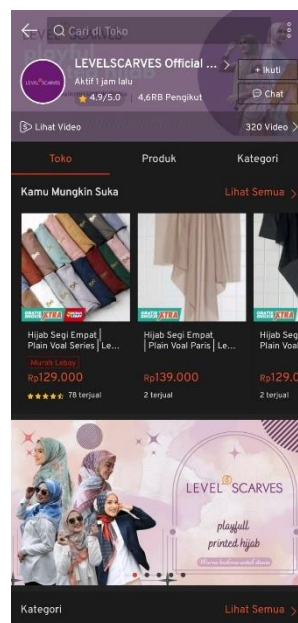
Gambar II.9 Website Level Scarves  
Sumber: [www.levelscarves.com](http://www.levelscarves.com)  
(Diakses pada 04 Juni 2023)



Gambar II.10 akun Instagram Level Scarves  
Sumber: [instagram.com/levelscarves](https://www.instagram.com/levelscarves)  
(Diakses pada 04 Juni 2023)



Gambar II.11 akun Tiktok Level Scarves  
 Sumber: tiktok.com/@levelscarves  
 (Diakses pada 04 Juni 2023)



Gambar II.12 akun Shopee Level Scarves  
 Sumber: shp.ee/6qr5das  
 (Diakses pada 05 Juni 2023)

## II.3. Analisis Permasalahan

### II.3.1. Analisis Identitas Lama

#### II.3.1.1 Tentang Logo Lama

Pada teorinya, logo memiliki banyak arti berdasarkan sudut pandang dan pengguna dan penilaiannya. Maka logo yang baik itu adalah logo yang sederhana, mudah

diingat banyak orang, dan sesuai dengan identitas atau produk yang ingin ditampilkan. Pada logo Level Scarves ini, desainer logo Level Scarves ingin menyampaikan pesan kepada konsumen tentang keceriaan yang tergambar ketika saling berbincang dengan digambarkan oleh balon kata, dan saling menebar aura positif dan kesejukan dari perbincangan itu digambarkan oleh tetesan embun, dengan menggunakan gaya geometris.

Ada beberapa jenis logo yang terdapat didalam logo Level Scarves. Yang pertama adalah *logotype* berada pada tulisan “Level Scarves”, dan *logogram* yang berada di antara tulisan Level Scarves.



Gambar II.13 Logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diakses pada 8 Desember 2022)



Gambar II.14 *Logotype Logogram* Level Scarves  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

Komponen penting ketika membuat sebuah logo maupun desain tertentu adalah warna. Berdasarkan logo diatas, logo Level Scarves menggunakan warna utama yaitu ungu, dan untuk *logogram* nya memiliki warna oranye. Warna dapat menciptakan ide, mengekspresikan sebuah peran, serta membangkitkan emosi penggunanya. Pada teori warna, warna ungu dapat melambangkan kemewahan, elegan, kecerdasan, spiritual, dan kebangsawanan. Untuk warna oranye melambangkan semangat, senang, periang, dan antusias.



Gambar II.15 Tiga warna utama pada logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

Kemudian dari logo Level Scarves diatas terdapat *logotype* yang bertuliskan nama perusahaan tersebut yaitu “Level Scarves”. *Logotype* tersebut menggunakan *font* Rawson Alt yang dimiliki hak ciptanya oleh Alfonso Garcia pada tahun 2017. *Font* ini berjenis *Sans Serif* dan memiliki bentuk yang geometris. *Font sans serif* tidak memiliki kaki atau *serif*, dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Kesan yang dihasilkan adalah kokoh, kuat, stabil. *Font family* yang digunakan adalah regular yaitu *font* dengan ukuran normal yang menimbulkan efek lebih mudah dibaca.

## Rawson Alt



Gambar II.16 *Font* yang digunakan pada logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

*Logogram* yang terdapat pada logo Level Scarves masih belum merepresentasikan identitas perusahaan ataupun produk yang ditawarkan. Karena pada teorinya logo yang baik harus bisa merepresentasikan identitas perusahaan atau produk yang ditawarkan. Namun pada logo ini aspek teori tersebut belum terpenuhi. Sehingga menimbulkan kesalahpahaman pada konsumen yang akan membeli produk tersebut.



Gambar II.17 *Logogram* pada logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

*Logogram* dari logo Level Scarves saat ini terinspirasi dari tetesan embun yang berada di dalam sebuah balon kata dan bentuk geometri. Ini memaknakan ‘Keceriaan yang tergambarkan ketika saling bercakap/berbincang saling menebar aura positif dan kesejukan dari perbincangan itu, lalu di finalisasi dengan *style* geometri.



Gambar II.18 Inspirasi logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

### II.3.1.2 Aturan Pengaplikasian Logo Lama

Pada logo sudah semestinya memiliki aturan pengaplikasiannya, supaya logo yang diaplikasikan ke media bisa memiliki aturan jarak yang rapi dan mempermudah mengaplikasikannya ke media-media tertentu. Berikut ini adalah aturan pengaplikasian logo lama Level Scarves:

- *Grid system*



Gambar II.19 *Gidsystem* logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)



- **Ukuran Minimum Logo**

Untuk menjaga keterbacaan pada ukuran kecil, logo harus diterapkan dengan tinggi minimum seperti dibawah ini. Namun untuk beberapa aplikasi dengan teknik sablon. *Hotprint/hot*, cetak koran, usahakan untuk menggunakan ukuran yang besar.



Gambar II.20 Ukuran minimum logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diakses pada 8 Desember 2022)

- **Clear Space**

*Clear space* disini digunakan untuk membatasi objek lain agar tidak terlalu dekat atau tertimpa dengan logo Level Scarves. Hal ini juga digunakan untuk memberikan ruang yang cukup untuk logo agar dapat terbaca dengan baik.



Gambar II.21 *Clear space* logo Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)



- **Aturan Latar Logo**

Aturan logo berwarna tanpa memakai *frame*, apabila logo diterapkan diatas *background*:



Background Putih



Background warna hitam



Background warna ungu tua



Background warna ungu muda



Background image greyscale, monotone, gelap, dengan kontras rendah, bisa tanpa frame/shape atau menggunakannya.



Background image full color ,gelap, dengan kontras rendah logo bisa tanpa frame/shape atau menggunakannya.

Gambar II.22 Aturan latar terang pada logo Level Scarves saat ini

Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

Logo satu warna tanpa memakai *frame*, apabila logo diterapkan di atas *background*:



Gambar II.23 Aturan latar satu warna pada logo Level Scarves saat ini

Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

Logo berwarna harus diletakkan dalam bidang dasar putih (minimal sebatas *clear space*), pengaplikasian pada:



Background warna selain warna putih, logo harus diberi shape. jika tidak logo menjadi 1 warna (putih)



Background berupa pattern



Background image/ clipart



Background Image greyscale kontras tinggi



Background Image monotone/ duotones, kontras tinggi

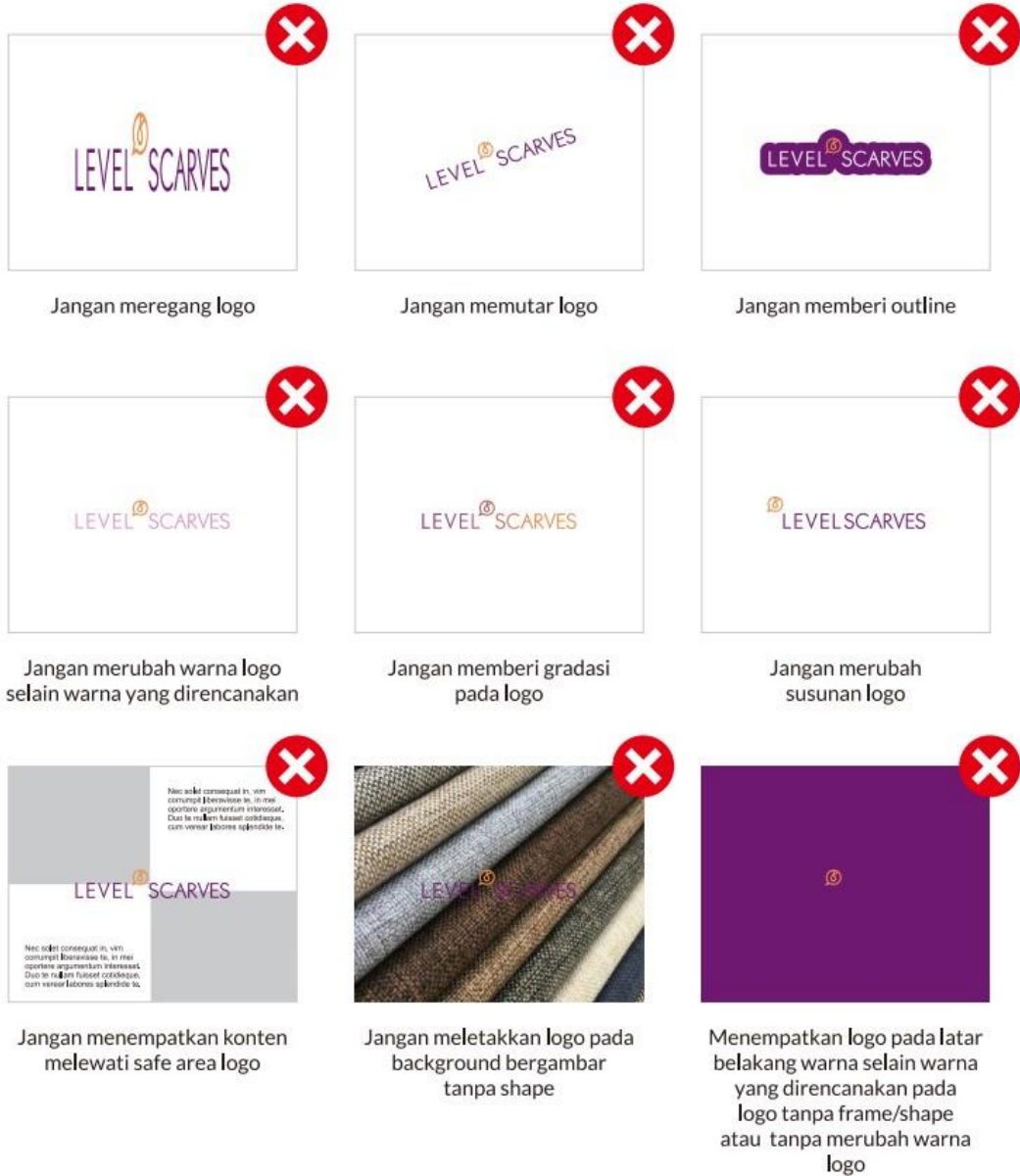


Background Image full color, kontras tinggi

Gambar II.24 Aturan latar dengan menggunakan *frame* putih pada logo Level Scarves saat ini

Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

- **Pengaplikasian Logo yang harus Dihindari**



Gambar II.25 Hal yang tidak diperbolehkan pada logo Level Scarves saat ini  
 Sumber: Arsip perusahaan 2020  
 (diambil pada 8 Desember 2022)

- **Pengaplikasian pada Media**

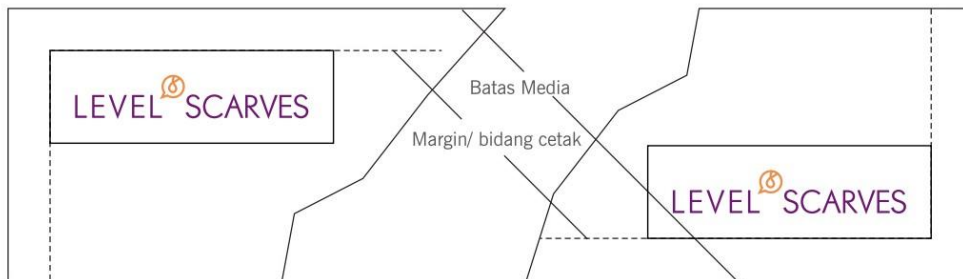
Logo diantara teks



Logo diantara logo



Logo diantar obyek lain



Logo di tepi bidang cetak (minimal jarak adalah sebatas safe area, namun diusahakan ada jarak lebih)

Gambar II.26 Pengaplikasian logo Level Scarves saat ini pada media  
Sumber: Arsip perusahaan 2020  
(diambil pada 8 Desember 2022)

Semua elemen identitas *brand* haruslah menjaga penerapannya, baik logo, elemen grafis, warna hingga konten yang ada didalamnya. Berikut ini contoh penerapan keseluruhan elemen di dalam sebuah poster:



Gambar II.27 Pengaplikasian logo Level Scarves saat ini pada poster  
 Sumber: Arsip perusahaan 2020  
 (diambil pada 8 Desember 2022)

Pada bagian atas terdapat logo Level Scarves yang sudah disesuaikan dengan *clear space* yang sudah ditentukan supaya tidak terlalu dekat dengan ujung dari poster. Dengan ketentuan latar belakang yang ada supaya keterbacaannya jelas dan tidak ada penabrakan warna antara logo dan warna *background*. Pada *image space* digunakan foto wanita menggunakan hijab produk Level Scarves dengan ekspresi tersenyum menghadap kamera. Untuk *headline*, *splash*, dan *body copy/content*



menggunakan *font* yang sudah ditentukan. Supaya mempunyai ciri khas yang berbeda antara satu sama lainnya.

### **II.3.2. Analisis Logo Level Scarves Pada Produk Hijab**

Pada produk hijab Level Scarves saat ini, terdapat logo yang berbeda dengan logo utama perusahaan Level Scarves. Pada produk hijab Level Scarves ini terdapat logo yang berupa *letter form* inisial 'LS' yang merupakan singkatan dari Level Scarves itu sendiri. Pada logo produk ini juga terdapat ketidaksamaan dengan logo utama Level Scarves yang dimana bentuk logo pada produk hijab Level Scarves ini lebih mirip dengan logo *brand* terkenal yaitu logo Louis Vuitton. Hal ini yang menyebabkan kesalahpahaman konsumen karena logo utama pada perusahaan Level Scarves dan logo produk Level Scarves yang sangat berbeda dan membuat konsumen beranggapan bahwa produk tersebut bukan dari produk Level Scarves.



Gambar II.28 Logo pada produk Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 19 Agustus 2023)

### II.3.3. Analisis Kasus Ketidak Konsistenan Pada Pengaplikasian Logo Level Scarves

Pada pengaplikasian logo Level Scarves terdapat ketidak konsistenan dalam pengaplikasian logo Level Scarves ini. Yaitu ketidak konsistenan antara logo utama perusahaan dan logo produk, ditambah pada logo Level Scarves yang ada di produk hijabnya memiliki warna yang sama dengan latar belakang warna hijabnya dan pada logonya menyalahi aturan karena merubah warna logo Level Scarves.

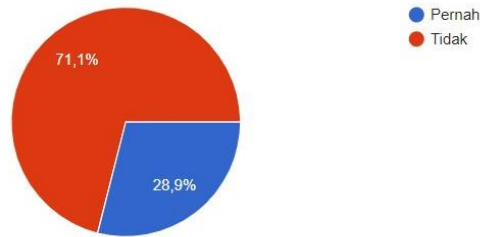


Gambar II.29 Logo perusahaan pada produk Level Scarves saat ini  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 19 Agustus 2023)

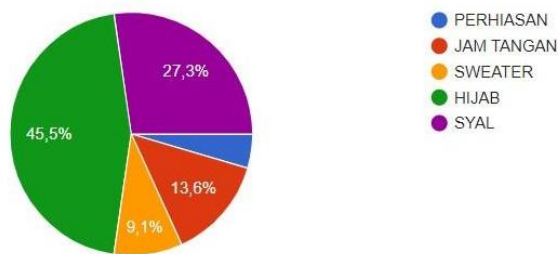
### II.3.4. Analisis Konsumen Terhadap Logo Lama Level Scarves

Pada analisis ini mengacu pada hasil wawancara dan kuesioner yang disebar ke beberapa tempat. Didapatkan hasil bahwa ada beberapa konsumen yang tertipu ketika melihat logo Level Scarves. Ada yang berpendapat logo tersebut adalah logo perhiasan, karena gambar yang terdapat diantara *logotype* tersebut adalah gambar cincin atau kalung. Ada pula yang berpendapat logo Level Scarves adalah logo jam tangan. Bahkan ada pula yang berpendapat logo tersebut adalah logo *sweater* dan syal. Tetapi saat ditanya tentang *brand* Level Scarves, ada yang sudah mengetahui *brand* Level Scarves ada juga yang belum mengetahuinya.





Gambar II.30 Data pengisian kuisioner masyarakat mengetahui Level Scarves  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

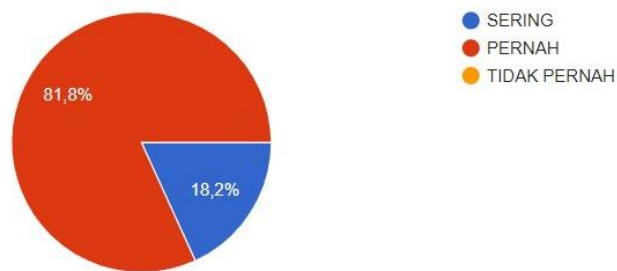


Gambar II.31 Data pengisian kuisioner pandangan masyarakat tentang produk dari Level Scarves  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

Kemudian saat ditanyakan pendapat tentang logo yang tidak mencirikan identitas perusahaan atau produk yang ditawarkan banyak yang berpendapat perusahaan tersebut membuat konsumen kebingungan, tidak menarik, perusahaan tersebut menipu atau tidak professional, menimbulkan kesalahpahaman dari konsumen terkait produk perusahaan tersebut, terlihat aneh, dan menurunkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Karena logo tidak sesuai bisa membuat pembeli kecewa
Penipuan
Kurang menarik
Menimbulkan kesalahan pemahaman dari konsumen terkait produk perusahaan tersebut, demand terhadap produk tersebut menjadi menurun
Aneh
Agak aneh tp mungkin nilai jualnya disitu untuk dilihat produknya
Modus penipuan
Terlalu kecil logonya
Tidak bagus

Gambar II.32 Data pengisian kuisioner tentang tanggapan logo yang tidak sesuai dengan produk  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)



Gambar II.33 Data pengisian kuisioner tentang kesalahanpahaman konsumen terhadap logo  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

Dalam kehidupan sehari hari ternyata banyak konsumen yang pernah bahkan sering menyalah artikan suatu logo. Logo tersebut berbeda dengan produk yang ditawarkan sehingga konsumen berfikir logo tersebut menyediakan produk yang berbeda.



Gambar II.34 Data pengisian kuisioner tentang seberapa penting kesesuaian logo  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

Semua konsumen pasti sangat mementingkan kesesuaian logo dengan perusahaan atau produk yang ditawarkan. Supaya tidak merasa tertipu atau salah mengartikan.

### II.3.5. Analisis Konsumen Terhadap Produk Level Scarves

Dari hasil wawancara dan kuesioner ternyata masih banyak konsumen yang belum mengetahui produk Level Scarves. Ini dikarenakan iklannya yang masih berupa postingan Instagram dan website resmi dari perusahaan, belum mencakup iklan video komersial di *Youtube* atau televisi, poster ataupun baliho yang membuat produk tersebut dapat cepat dikenal masyarakat luas. Namun ada beberapa konsumen yang mengetahui produk tersebut dari teman atau keluarganya. Berikut ini adalah data dari konsumen yang pernah membeli produk Level Scarves:

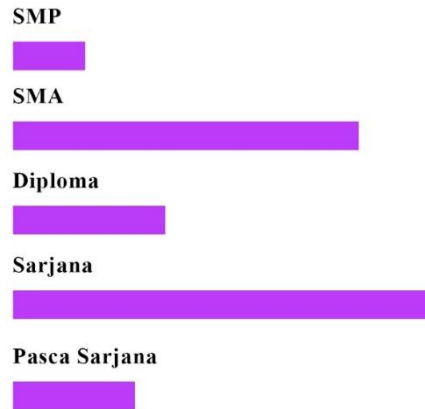
## Segmentasi Responden



Gambar II.35 Data segmentasi konsumen pengguna produk Level Scarves  
 Sumber: Arsip pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

Bisa dilihat mayoritas pembeli produk adalah usia 30-40 tahun yang dimana diusia itu adalah usia produktif bekerja yang biasanya bekerja sebagai karyawan, wirausaha, tenaga pengajar, ataupun PNS.

### **Pendidikan Terakhir**



Gambar II.36 Data pendidikan terakhir konsumen pengguna produk Level Scarves  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 6 Juni 2023)

Pendidikan terakhir dari konsumen produk Level Scarves mayoritas adalah lulusan sarjana, ini dikarenakan konsumen dari Level Scarves banyak yang bekerja sebagai tenaga pengajar yang dimana diharuskan memiliki gelas minimal sarjana, dan biasanya untuk *fashion* pakaiannya tenaga pengajar biasanya menggunakan hijab yang motifnya mencolok.

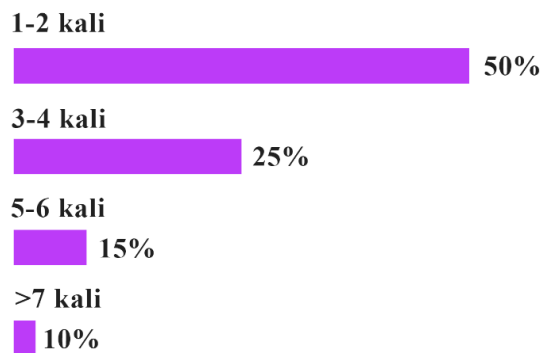
### **Penghasilan**



Gambar II.37 Data penghasilan konsumen pengguna produk Level Scarves  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 6 Juni 2023)

Pada penghasilan konsumen Level Scarves bisa dilihat mayoritas adalah masyarakat kalangan atas, karena produk dari Level Scarves bisa terbilang mahal karena satu produk hijab bermotif seharga lebih dari Rp.200.000.

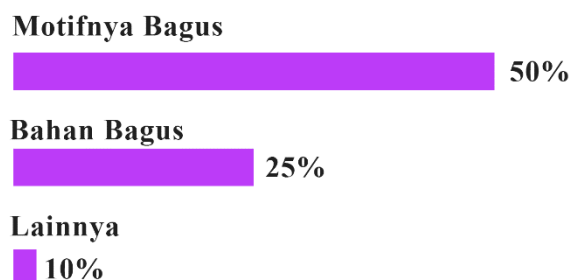
#### PEMBELIAN PRODUK LEVEL SCARVES



Gambar II.38 Data konsumen menggunakan produk Level Scarves  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 6 Juni 2023)

Untuk penggunaannya konsumen biasanya menggunakannya untuk bekerja karena motifnya yang terkesan elegan dan formal dipakai untuk bekerja. Namun ada pula yang digunakan untuk jalan jalan dan lainnya. Pada pembelian produk Level Scarves ini, konsumen rata rata membeli produk Level Scarves sekitar 1-2 kali saja. Ini dikarenakan harga 1 produk Level Scarves yang bisa dibilang mahal. Untuk hijab *instan* berkisaran Rp. 80.000, hijab segi empat dengan motif polos berkisaran Rp. 130.000, dan untuk hijab segi empat printing bermotif berkisaran Rp. 250.000.

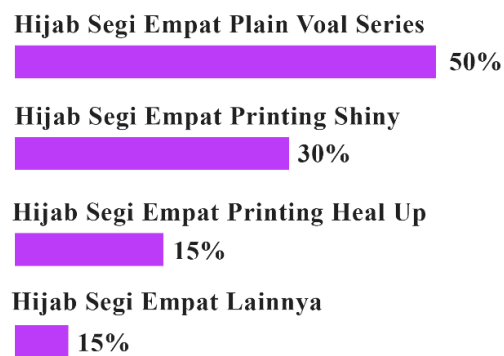
#### ALASAN MEMBELIAN PRODUK LEVEL SCARVES



Gambar II.39 Data alasan konsumen membeli produk Level Scarves  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 6 Juni 2023)

Ada beberapa alasan yang menjadikan konsumen membeli produk Level Scarves ini. Dimulai dari motifnya yang bagus yang membuatnya menjadi sederhana dan juga warnanya yang tidak terlalu mencolok namun tetap terlihat elegan saat dipakai. Ada pula yang berpendapat bahannya yang nyaman dan tidak panas saat digunakan. Hal ini membuat banyak konsumen yang tertarik pada produk Level Scarves ini. Terlebih ada beberapa *series* yang membuatnya menjadi banyak pilihan jika ingin membeli produknya. Mulai dari motif original yang biasanya menggunakan banyak motif geometri dan produk terbaru bermotif *floral*.

#### PRODUK FAVORIT LEVEL SCARVES MENURUT KONSUMEN



Gambar II.40 Produk favorit Level Scarves  
Sumber: Arsip pribadi 2023  
(diambil pada 6 Juni 2023)

Terdapat beberapa produk favorit dari para konsumen, penilaian tersebut baik dari segi kualitas, warna, motif, bahan, pengemasan dan harga. Dari analisis terhadap salah satu toko *online*, konsumen sangat menyukai produk Level Scarves varian “Hijab Segi Empat *Plain Voal Series*”. Karena barangnya yang original, halus, warnanya yang tidak terlalu mencolok dan bisa dikombinasikan dengan pakaian lainnya.

### II.3.6. Analisis SWOT Level Scarves

Menurut Sutanto (2020), analisis Swot merupakan analisis yang dilakukan dengan tujuan mencari tahu faktor internal dan faktor eksternal sebuah perusahaan untuk mencari hal yang mendukung atau tidaknya dalam membantu mencapai tujuan tertentu dalam sebuah perusahaan. Oleh karena itu analisis Swot ini adalah langkah

tepat untuk mencari keunikan, kelebihan hingga perbedaan pada *brand* Level Scarve dibandingkan dengan para kompetitornya.

### ***Strengths* (Kekuatan)**

- Level Scarves memiliki dua varian motif hijab. Tidak hanya geometri yang menjadi andalannya, namun sekarang ini sudah mulai membuat motif hijab yang terbaru yaitu motif *floral*.
- Memiliki motif yang *limited edition* yang dimana satu motif satu *series* yang membuatnya tidak akan sama dengan hijab lainnya.
- Level Scarves tidak hanya menjual hijab saja, namun menjual juga seputar perlengkapan pakaian Muslimah seperti ciput, *inner* pakaian panjang, dan juga hijab *instant*.
- Berdasarkan observasi persepsi konsumen, produk Level Scarves disukai karena bahannya yang nyaman dan adem saat digunakan, ditambah bahannya yang tidak mudah kusut ataupun tidak sulit diatur saat digunakan.

### ***Weakness* (Kelemahan)**

- Harga produknya yang bisa dibilang mahal karena untuk satu hijab bisa mencapai Rp. 120.000 – Rp. 250.000 per satu produk hijab.
- Lokasi toko *offline* nya yang masih terbatas dan baru ada di kota Bandung dan Palembang saja.
- Terlalu terfokus pada penjualannya di toko *online*.

### ***Opportunities* (Peluang)**

- Rata-rata konsumen Level Scarves adalah seorang muslimah yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, Wiraswasta, Karyawan, dan pengajar, besar kemungkinan produknya bisa berpengaruh kepada rekan kerjanya ataupun keluarganya yang menggunakan hijab juga.
- Konsumen Level Scarves juga memungkinkan memiliki rekan kerjanya yang bisa menjadi pelanggan dari Level Scarves sehingga bisa menjadi ajang promosi secara tidak langsung kepada rekan kerja lainnya.

- Selain menjadi pakaian hijab pribadi, bisa juga menjadi kado yang teramat bagus karena selain *packaging* nya yang estetik, secara tidak langsung juga mengingatkan untuk menutup auratnya.

**Threats (Ancaman)**

- Pesaing yang tidak ingin terkalahkan membuat produk yang serupa tapi tidak sama dengan harga yang relatif lebih terjangkau.
- *trend fashion* konsumen yang selalu berubah-ubah menjadikan produk Level Scarves tidak selamanya bisa selalu cocok dengan *trend* selalu cocok dengan *trend* yang ada.

Tabel II.2 SWOT MATRIX  
 Sumber: Data pribadi 2023  
 (diambil pada 6 Juni 2023)

SWOT MATRIX			
<i>Strengths – S</i>	<i>Weaknesses – W</i>	<i>Opportunities – O</i>	<i>Threats – T</i>
1. Level Scarves memiliki banyak varian motif hijab. Tidak hanya geometri yang menjadi andalannya, namun sekarang ini sudah mulai membuat motif hijab yang terbaru yaitu motif <i>floral</i> . 2. Memiliki motif yang <i>limited edition</i> yang dimana satu motif satu <i>series</i> yang membuatnya	1. Harga produknya yang bisa dibilang mahal karena untuk satu hijab bisa mencapai Rp. 120.000 – Rp. 250.000 per satu produk hijab. 2. Lokasi toko <i>offline</i> nya yang masih terbatas dan baru ada di kota Bandung dan Palembang saja. 3. Terlalu terfokus pada penjualannya di toko <i>online</i> .	1. Rata-rata konsumen Level Scarves adalah seorang muslimah yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, Wiraswasta, Karyawan, dan pengajar, besar kemungkinan produknya bisa berpengaruh kepada rekan kerjanya ataupun keluarganya yang menggunakan hijab juga.	1. Pesaing yang tidak ingin terkalahkan membuat produk yang serupa tapi tidak sama dengan harga yang relatif lebih terjangkau. 2. <i>trend fashion</i> konsumen yang selalu berubah-ubah menjadikan produk Level Scarves tidak selamanya bisa selalu cocok dengan <i>trend</i> selalu cocok



<p>tidak akan sama dengan hijab lainnya.</p> <p>3. Level Scarves tidak hanya menjual hijab saja, namun menjual juga seputar perlengkapan pakaian Muslimah seperti ciput, <i>inner</i> pakaian panjang, dan juga hijab <i>instant</i>.</p>		<p>2. Konsumen Level Scarves juga memungkinkan memiliki rekan kerjanya yang bisa menjadi pelanggan dari Level Scarves sehingga bisa menjadi ajang promosi secara tidak langsung kepada rekan kerja lainnya.</p>	<p>dengan <i>trend</i> yang ada.</p>
---	--	---	--------------------------------------

Dari data SWOT yang sudah dikumpulkan, bisa disimpulkan pada kekuatannya, produk Level Scarves memiliki keunggulan yang dimana memiliki satu motif disetiap *series* nya yang membuatnya menjadi *limited edition* dan tidak memiliki motif yang serupa dengan kompetitor karena hasil dari desain perusahaan Level Scarves itu sendiri. Untuk kelemahannya adalah masih belum banyaknya toko *offline* apalagi diluar Kota Bandung yang membuatnya sulit menjangkau khalayak luar Kota Bandung dan masyarakat luar Kota Bandung masih belum mengetahui produk dari Level Scarves. Peluang yang dapat diambil adalah dikarenakan konsumen dari produk Level Scarves mayoritas pekerja baik itu karyawan, tenaga pengajar, bahkan PNS maka berpeluang untuk mempromosikan produk Level Scarves dengan cara memberitahu kepada teman-temannya. Ancaman yang mungkin didapatkan oleh Level Scarves adalah kompetitor yang semakin gencar membuat produk yang serupa namun berbeda harga yang membuatnya bersaing dengan produk dari Level Scarves.

### **II.3.7. Analisis Diferensiasi Level Scarves**

Pada perusahaan Level Scarves ini memiliki produk harga menentukan kualitas. Terlepas dari harganya yang untuk kalangan atas, namun menawarkan kualitas yang sepadan dengan harganya. Ditambah dengan *series* yang bisa dibilang *limited edition* yang membuat produknya berbeda dengan pesaing. Dengan desain motif yang satu *series* satu motif membuatnya tidak pasaran dan berbeda dengan kompetitornya. Layanan dari setiap toko baik itu toko *online* ataupun dari toko *offline* nya bisa dibilang sangat baik. Karena pelayanannya yang ramah dan cepat, ditambah jika kita mengunjungi tempat toko *offline* nya secara langsung, kita dapat merasakan kenyamanan karena tempatnya yang bersih, nyaman, dan tertata rapi.

### **II.3.8. Analisis Kompetitor Level Scarves**

(Wheeler 2013) Saat persaingan akan menciptakan pilihan yang tidak terbatas. Perusahaan akan mencari cara untuk terhubung secara emosional dengan konsumennya dan mencari cara agar bisa tetap terhubung dengan konsumennya. Ada beberapa perusahaan yang menawarkan produk yang sama dengan Level Scarves, yaitu produk hijab. Nama kompetitor tersebut adalah Deenay, Klamby, Scoop&Cone, Journey Premium, dan Button Scarves. Harga yang ditawarkan oleh kompetitor adalah Deenay dengan harga Rp. 235.000. Klamby dengan harga Rp. 295.000 – Rp. 325.000. Scoop&Cone dengan harga Rp. 235.000. Button Scarves Rp. 395.000 – Rp. 425.000. Untuk target pasar semua kompetitor ini semuanya sama yaitu wanita muslimah. Untuk motif yang digunakan Deenay, Scoop&Cone, dan Journey Premium menggunakan motif geometri, dan untuk Klamby dan Button Scarves menggunakan motif *floral*. Kekuatan yang dimiliki oleh kompetitor Deenay menjadi perusahaan yang pertama kali mengeluarkan motif geometri, Klamby lebih kuat di *endorse* dan kolaborasinya, Scoop&Cone lebih kuat di fotografi yang disesuaikan dengan konsumen, Journey Premium lebih kuat di sektor pendistribusiannya, dan Button Scarves lebih kuat di kolaborasi dan tambahan produk.

### **II.3.9. Analisis Positioning Level Scarves**

*Positioning* pada produk Level Scarves ini adalah dengan cara menempatkan produk Level Scarves sebagai produk hijab yang memiliki kelebihan dibanding pesaingnya, yaitu memiliki motif yang setiap satu *series* satu motif dan tidak ada yang menyamainya karena didesain langsung oleh tim desain dari Level Scarves. Disaat konsumen sedang mengikuti *trend fashion* yang mengikuti dari *selebgram* dan minta untuk memberitahukan produknya agar bisa menyerupai. Level Scarves hadir dengan perbedaan motif yang membuatnya menjadi tampak berbeda dan tidak pasaran.

### **II.4. Resume**

Dari hasil wawancara dan data lapangan yang dilakukan kepada perusahaan dan pada produk Level Scarves. Dapat diketahui bahwa dengan logo yang kurang dari tingkat keterbacaannya dan juga pemahaman masyarakat tentang logo Level Scarves, ditambah lagi dengan logo perusahaan dan logo produk memiliki bentuk yang berbeda. Apalagi dengan persaingan yang semakin sengit membuat perusahaan berlomba lomba membuat nama *brand* nya dapat dikenal dan mempunyai nama tersendiri di pikiran konsumen.

### **II.5. Solusi Perancangan**

Melihat dari keadaan saat ini, maka Level Scarves sudah seharusnya memerlukan logo yang membuat masyarakat tidak salah paham lagi dan logo Level Scarves tidak memiliki dua logo yang berbeda yang dimana sebelumnya memiliki dua logo yang berbeda antara logo perusahaan dan pada produk hijabnya, juga logo sebelumnya yang memiliki ukuran atau tingkat keterbacaannya yang minimalis. Karena dengan logo yang konsisten dan tidak membuat masyarakat kebingungan, bisa meningkatkan persaingan dengan kompetitornya. Oleh karena itu solusi perancangan yang akan dilakukan adalah membuat identitas yang konsisten, keterbacaan dan ukuran logo yang dapat dilihat dengan jelas, serta mudah dipahami oleh masyarakat.