

## **BAB I. PENDAHULUAN**

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

Bunga tangan atau yang terkenal dengan sebutan *bouquet* bunga adalah sekumpulan bunga yang disusun menjadi sebuah rangkaian bunga. Biasanya karangan bunga tangan ini digunakan di acara pernikahan, atau hadiah untuk orang tersayang kita. Biasanya di acara pernikahan, pengantin wanita membawa sebuah *bouquet* sebagai aksesoris. Namun dibalik itu semua, sebenarnya ada sejarah tradisi membawa *bouquet* bunga pengantin saat pernikahan. Dalam catatan sejarah yang ditemukan di Mesir, Roma, dan Yunani, diketahui jika kehadiran bunga saat pernikahan adalah hal yang penting karena melambangkan banyak makna dan doa yang baik untuk kedua mempelai. Dahulu, rangkaian bunga yang diikat di tangan masih terbuat dari tumbuh-tumbuhan dengan aroma yang sangat menyengat seperti rempah, biji-bijian, bahkan bawang putih.

Ternyata kebiasaan membuat rangkaian *bouquet* bunga ini sudah lama dilakukan secara turun temurun di berbagai belahan dunia. Telah banyak ditemukan bukti-bukti peninggalan bersejarah berupa barang-barang kuno seperti vas bunga atau gambar simbol vas bunga dari zaman Mesir kuno. Bunga yang dahulu dianggap sakral seperti lotus sering digunakan sebagai bahan obat begitu pula dengan tanaman kecil yang lain seperti pal. Pada beberapa kultur, aktivitas leluhur yang menggunakan bunga-bunga masih berjalan sampai sekarang.

Ikebana merupakan sebuah seni merangkai bunga yang berasal dari negara Jepang. Dalam catatan sejarah, buku tertua yang berisi tentang seni rangkaian bunga yang pernah ditemukan berasal dari Jepang sekitar tahun 1445. Keindahan dan kesederhanaan seni merangkai bunga (ikebana) menarik perhatian banyak orang, terutama orang-orang dari belahan bumi bagian barat. Seni rangkaian bunga ikebana ini sebetulnya dibawa oleh para biksu dan biksuni dari Cina.

Bunga merupakan hadiah yang paling populer di dunia. Meskipun begitu, makna pemberian bunga bisa sangat berbeda di belahan bumi yang berbeda. Di Asia pada

pernikahan tradisi Cina, bunga Peoni menjadi bunga yang paling sering menjadi hadiah dan aksesoris pengantin wanita. Tidak hanya itu, saat murid-murid sekolah ingin mengungkapkan rasa sayang dan terima kasih pada gurunya, mereka melakukannya dengan cara memberikan karangan bunga. Namun bunga yang berada dalam pot dianggap sebagai sesuatu yang tidak sopan jika diberikan sebagai hadiah, karena menggambarkan hubungan yang terbatas.

Di Eropa di zaman kerajaan Roma terdahulu, para mempelai wanita membawa seikat bunga. Mereka menganggap ini sebagai cara untuk menolak kehadiran roh jahat dan juga sebagai harapan untuk kesuburan kandungan. Ada sebuah pepatah lama dari Belanda yang berkata: “Raga Membutuhkan Makanan, Namun Jiwa Membutuhkan Bunga”. Di belahan Eropa secara umum, memberikan hadiah bunga biasanya harus berjumlah ganjil. Ini sudah tradisi lama, tapi mereka menghindari angka 13 karena dianggap membawa sial. Di Afrika bagian Selatan, bunga jadi salah satu kado utama yang sering diberikan pada hari raya Natal. Sedangkan di Mesir, bunga hanya digunakan secara khusus pada pernikahan atau pemakaman saja.

Bleum Flowers adalah sebuah usaha *bouquet* bunga yang sudah berdiri sejak tahun 2020 di Jakarta, dengan *owner* bernama Jasmine. Ia mendirikan Bleum Flowers pertama kali di Jakarta, kemudian di Bandung tepatnya di Jalan Dipatiukur No.58, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132, dan cabang yang baru saja di buka di Yogyakarta. Bleum Flowers buka dari 08.00 hingga 21.00 WIB di semua wilayah.

Produksi produk dari Bleum Flowers merupakan *handmade* atau original dari toko. Bleum Flowers merupakan toko bunga yang menyediakan berbagai macam *hand bouquet*, mulai dari *flower bouquet*, *money bouquet*, *snack bouquet*, *hampers*, *silverqueen bouquet*, dan *ballon bouquet*. Setiap customer bisa custom sesuai permintaan. Harga *bouquet* mulai dari Rp 80.000 sudah membuat orang terdekat kita bahagia, seperti pasangan, keluarga, atau teman. Cocok juga untuk acara lamaran, wisuda, ulang tahun, *anniversary*, *valentine*, *mothers day*, dan acara lainnya.

Pada tahun 2000-an, Bleum Flowers mulai merambah ke pasar nasional, menyediakan pengiriman *bouquet* bunga dan dekorasi bunga ke seluruh Indonesia. Bleum Flowers membangun kemitraan dengan penyedia bunga lokal dan produsen pot. Bleum Flowers selalu memastikan bahan baku bunga berasal dari sumber yang terbaik. Hingga saat ini, Bleum Flowers terus berinovasi dalam karangan bunga, pelayanannya serta menjaga esensi kreativitas dan dedikasi terhadap seni bunga yang telah menjadi ciri khas sejak awal.

Terdapat sembilan variasi Flowers Bouquet dari Bleum Flowers yang sangat cantik dan memiliki arti yang berbeda dari setiap variasinya. Tidak hanya *Flowers Bouquet*, di Bleum Flowers juga tersedia lima variasi Balloon Flowers. Balloon flowers tersebut merupakan variasi terbaru yang diluncurkan Bleum Flowers dan sangat diminati oleh banyak kalangan. Tersedia pilihan lain dan bisa *request* sesuai persediaan toko.

Untuk mengetahui variasi produk dari Bleum Flowers dapat dilihat di postingan akun tik-tok atau instagram Bleum Flowers. Untuk melakukan pemesanan bisa secara online dengan langsung ke akun olshop shopee, tokopedia atau dapat menghubungi langsung ke Whatsapp Bleum Flowers yang tersedia di websitenya. Bleum Flowers hadir untuk memberikan kemudahan dengan layanan *same day flower delivery* kepada para pelanggan yang berada di seluruh Jabodetabek.

Melihat dari ramainya pengunjung dan pesanan dari Bleum Flowers yang selalu penuh, dan dilihat dari ukuran tokonya, toko tersebut dapat diperluas untuk memudahkan *customer* melihat lokasi toko dan memudahkan dalam memilih produk untuk yang berbelanja secara langsung ke toko.

Identitas perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk citra dan kesan yang diberikan kepada pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum. Identitas perusahaan mencakup elemen-elemen visual seperti logo dan warna yang menjadi wajah perusahaan. Elemen visual tersebut membantu menciptakan pengenalan merek yang kuat, membedakan perusahaan dari pesaing, dan meningkatkan daya ingat pelanggan. Logo yang khas akan mudah di ingat dan lebih mudah dikenal oleh konsumen di pasar yang ramai.

Selain elemen visual, identitas perusahaan juga mencakup nilai-nilai inti dan budaya perusahaan. Nilai-nilai ini memainkan peran penting dalam membentuk hubungan dengan karyawan dan pelanggan. Perusahaan yang memiliki identitas jelas dapat menarik pelanggan dan menciptakan hubungan yang lebih dalam serta berkelanjutan. Karyawan yang memahami identitas perusahaan juga cenderung lebih terlibat dan berdedikasi membentuk lingkungan kerja yang positif. Di tingkat yang lebih luas identitas perusahaan juga menciptakan tanggung jawab sosial dan citra merek. Perusahaan dengan identitas yang baik umumnya memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dan mampu membangun reputasi positif.

Warna emas dalam sebuah logo sering kali diartikan dengan kemewahan dan kekayaan. Warna biru sering kali dikaitkan dengan kestabilan, kepercayaan, dan kedamaian. Dalam konteks sebuah toko dengan latar belakang warna biru dengan logo berwarna emas, kontras ini menciptakan ketidakcocokan atau ketegangan visual bagi pengamat. Meskipun warna emas secara individual menggambarkan keunggulan, kehadirannya dalam konteks ini menimbulkan kesan tidak sesuai atau tidak cocok dengan atmosfer toko.

Teori kontras dan keterbacaan oleh Edward Tufte, Edward Tufte, seorang ahli dalam bidang desain informasi, menekankan bahwa kontras yang terlalu tinggi dapat mengganggu keterbacaan dan kejelasan informasi visual. Teori Kesesuaian Warna oleh Leatrice Eiseman, Leatrice Eiseman, seorang ahli warna dan direktur eksekutif Pantone Color Institute, mengemukakan bahwa kesesuaian warna sangat penting dalam menciptakan kesan yang tepat.

Menurut pemilik dari Bleum Flowers, logo yang digunakan saat ini melambangkan simbol daun yang merupakan bagian dari buket bunga, namun hal tersebut tidak sesuai dengan pandangan dari sebagian orang terhadap bentuk logo tersebut. Ketika pandangan dari masyarakat tidak sama dengan pandangan dari pemilik usaha, hal tersebut menunjukkan bahwa logo yang digunakan belum termasuk logo yang baik, menurut Paul Rand desain logo yang baik harus mudah dikenali dan sederhana, hal tersebut terlihat bahwa logo Bleum Flowers belum memenuhi hal tersebut, sehingga banyak orang atau masyarakat yang salah mengartikan logo Bleum Flowers tersebut.

Bentuk daun bisa menggambarkan keberlangsungan hidup, kehidupan baru, atau pertumbuhan, tetapi jika tidak dipresentasikan dengan baik, pesan ini mungkin tidak tercapai dengan efektif. Jadi penting bagi sebuah merek untuk memastikan konsistensi antara elemen visualnya dengan pesan yang ingin disampaikan. Ketidaksesuaian antara logo, bentuk, dan makna bisa mengaburkan identitas merek dan membingungkan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada citra dan kesuksesan bisnis.

Dari uraian latar belakang di atas, yang menjadi fokus permasalahan dari Bleum Flowers adalah pada logo toko yang akan dilakukan penelitian terhadap bagaimana identitas visual Bleum Flowers yang tidak konsisten.

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

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan identifikasi masalahnya sebagai berikut :

- Citra perusahaan Bleum Flowers yang tidak terwakili oleh identitas visual saat ini.
- Banyak masyarakat yang belum mengenali logo Bleum Flowers
- Banyak sekali masyarakat yang salah persepsi saat melihat logo Bleum Flowers

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

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang dapat dikaji sebagai berikut:

- Bagaimana merancang ulang identitas visual Bleum Flowers agar konsisten, mudah dikenal dan menunjukkan citra perusahaan?

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

Batasan masalah pada penelitian tersebut, antara lain :

- Objek perancangan ini hanya berfokus kepada toko bunga Bleum Flowers
- Subjek perancangan identitas logo yang tidak sesuai dengan visi misi Bleum Flowers
- Batasan tempat perancangan ini untuk daerah Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta yang merupakan tempat usaha Bleum Flowers

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

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

Tujuan dilakukannya penelitian Bleum Flowers ini antara lain:

- Mengubah logo dan elemen visual lainnya yang merupakan identitas visual Bleum Flowers agar mudah dikenal oleh masyarakat

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

Penelitian ini memiliki manfaat, antara lain:

- Membantu Bleum Flowers untuk memperjelas identitas visualnya