BAB I
PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Peci M. Iming merupakan industri yang dikelola oleh keluarga yang berdiri hampir 1 abad. Produk yang dihasilkan oleh M. Iming merupakan produk jadi sebagai pelengkap busana. Dalam perkembangannya, industri peci M. Iming menjadi populer di masyarakat Indonesia khususnya Jawa Barat sehingga Produk M. Iming menjadi pemimpin pangsa pasar diantara perusahaan-perusahaan sejenisnya yang masih bertahan hingga saat ini (menurut Angi pemilik peci M. Iming).

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan M. Iming memerlukan strategi baik dalam hal pemasaran maupun hal-hal lain yang berkaitan dengan pengembangan citra perusahaan, mengingat produk-produk sejenis semakin beragam. Dari mulai peci yang menyerupai peci haji dengan material rajutan peci, dengan material anyaman atau penutup lainnya yang semakin variatif dan ornamentik maka citra M. Iming perlu mengalami penanganan yang dapat menjawab tantangan zaman dan mampu bersaing diantara label-label lainnya. Diantaranya adalah upaya untuk mengkaji tampilan logo M. Iming yang bertujuan menguatkan citra yang lebih menarik konsumen untuk memiliki produk M. Iming. Maka dari itu keberadaan logo akan membantu dan mendongkrak pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Logo perusahaan M. Iming merupakan tampilan yang dianggap mewakili citra dari M. Iming, tetapi terdapat beberapa kelemahan yang ada pada logo M. Iming dalam hal karakteristik dan dalam hal kriteria pembuatan logo itu sendiri.

Dari segi citra peci M. Iming banyak orang mengetahui bahwa peci M. Iming sama dengan peci H. Iming padahal kedua merek peci tersebut berasal dari produsen yang berbeda dan kedua merek ini memiliki ciri khas

dan kualitas yang berbeda. Dari segi logo kedua merek peci ini memiliki kesamaan logo keduanya memakai *logotype* dan *symbol* kepala orang memakai peci, yang membedakan hanya font dari logotypenya saja, dan ini merupakan permasalahan bagi citra M. Iming itu sendiri, tidak adanya perbedaan identitas M. Iming dengan H. Iming, sehingga banyak masyarakat yang keliru dengan adanya permasalahan ini, dan tidak jarang banyak orang yang mengeluhkan adanya perbedaan kualitas M. Iming yang sudah berbeda padahal peci yang mereka beli adalah peci H. Iming, dengan adanya permasalahan ini maka sebuah logo merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menciptakan citra perusahaan dan sebagai identitas dan pembeda dari pesaingnya.

Berdasarkan pembahasan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji dan membahas hal ini maka penulis mengambil tugas akhir yang berjudul"PERANCANGAN ULANG LOGO PECI M. IMING".

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelasakan diatas, maka penulis akan menjelaskan identifikasi masalah yang akan dibahas pada laporan ini. Adapun identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- Terdapat beberapa kelemahan yang ada pada logo M. Iming dalam hal ini dari segi karakteristik yang ada pada logo M. Iming tidak sistematis atau tetap dan font logo yang kurang jelas untuk dibaca sehingga kurang komunikatif.
- Adanya Perbedaan tampilan logo pada setiap media.
- Adanya Persamaan nama dengan pesaing yang berakibat kurang kuatnya citra M. Iming dimata masyarakat luas.

I.3. Fokus Permasalahan

Adapun Fokus Permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana merancang ulang kembali logo peci M. Iming sesuai dengan kriteria pembuatan logo yang dapat menguatkan citra M. Iming itu sendiri agar dapat bersaing di antara logo perusahaan sejenis.

I.4. Tujuan Perancangan

Tujuan Dari Perancangan ini adalah:

- Membuat logo yang sesuai dengan kriteria pembuatan sebuah logo.
- Menciptakan logo yang dapat menguatkan citra M. Iming sebagai perusahaan dan merek dari sebuah peci sehingga masyarakat dengan mudah membedakan M. Iming diantara pesaingnya dan mampu bersaing dengan logo perusahaan sejenisnya.