BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Manusia tidak lepas dari kebutuhan sandang baik sebagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sebagai penunjang penampilan. Salah satunya yaitu sepatu, selain alas yang digunakan untuk melindungi kaki, sepatu juga sebagai aspek yang sangat penting bagi kebutuhan pokok maupun sebagai penunjang penampilan. Seperti saat melakukan aktivitas apapun sepatu selalu menjadi aspek yang sangat utama. Pada setiap aktivitas yang dilakukan, sepatu yang digunakan juga berbeda-beda. Contohnya seperti berolahraga, sepatu yang digunakan untuk berolahraga di desain khusus sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Tidak hanya sepatu olahraga, seiring perkembangan zaman, sepatu di desain lebih menarik dan inovatif. Perkembangan sepatu di Indonesia terjadi diberbagai derah, salah satu kota yang terkenal sebagai kota yang mengembangkan sepatu lokal di Indonesia adalah kota Bandung ibu kota provinsi Jawa Barat. Salah satu produk sepatu lokal di Bandung adalah *Saint Barkley.*

Saint Barkley termasuk kelompok merek sepatu olahraga atau *sneakers*. *Sneakers* adalah sepatu yang didesain terutama untuk olahraga. *Sneakers* telah berevolusi tidah hanya untuk berolahraga tapi untuk digunakan dalam kegiatan sehari-hari. *Sneakers* adalah jenis sepatu yang sangat populer di kalangan remaja, pelajar dan mahasiswa, karena sangat cocok digunakan di setiap kegiatan dan sebagai penunjang fashion mereka. Istilah *sneakers* muncul karena dengan memakai sepatu ini, akan membuat langkah kaki kita tidak bersuara dan seolah-olah seperti menyelinap *(Sneak)*. Saint Barkley dibentuk oleh David dan Alvi pada tahun 2012. Idenya adalah untuk memiliki bisnis yang berbeda dari bisnis pakaian yang sudah banyak berkembang di Bandung. Jadi memutuskan untuk memulai bisnis sepatu, nama itu VII (Tujuh), dan kemudian berubah menjadi *Saint Barkley*.

Saint Barkley sudah dikenal di kalangan musisi maupun *skateboarders* di Bandung, sekalipun tidak semuanya. Salah satu promotor sepatu ini merupakan seorang musisi yang sudah cukup terkenal di Indonesia yaitu Ozom *RocketRockers*, citra merk *Saint Barkley* pun membaik. Namun tidak sedikit juga

masyarakat awam, musisi dan *skateboarders* yang belum mengetahui *brand* sepatu lokal *Saint Barkley* ini. Masyarakat yang belum mengetahui *brand* sepatu lokal *Saint Barkley* lebih memilih membeli produk merek lain atau produk luar ternama dengan kualitas imitasi, padahal secara kualitas sepatu lokal seperti *Saint Barkley* memiliki kualitas yang jauh lebih bagus dibandingkan produk imitasi. *Saint Barkley* dipasarkan melalui *offline store* dan *online store*, tak hanya di *store Saint Barkley* saja, sepatu ini juga di distribusikan di *distro–distro* maupun *store* yang ada di Bandung dan Jakarta. Pemasaran *Saint Barkley* memanfaatkan kolaborasi dengan *band-band*, musisi, maupun *brand* lain. Hal itu membuat penjualan *Saint Barkley* meningkat. Saat ini *Saint Barkley* memiliki tiga logo. Ketiga logo tersebut tidak mencerminkan karakteristik dari *Saint Barkley*. Dimana identitas tersebut sangat penting untuk perusahaan karena dapat memperlihatkan ciri khas dari perusahaan. Dalam pengaplikasian logo tersebut juga berbeda-beda sehingga tidak konsisten.



Gambar 1.1 Beberapa Logo Saint Barkley
Sumber: Dokumen Perusahaan Saint Barkley

Dengan adanya antara kontradiksi antara kondisi ideal dan kondisi saat ini, maka pembahasan objek mengenai permasalahan ini penting untuk dibahas agar *Saint Barkley* dapat memiliki logo utama *Saint Barkley* yang sesuai dengan karakteristik Saint Barkley, dan penerapan logo yang konsisten.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- *Saint Barkley* memiliki tiga logo yang berbeda-beda. Dimana identitas tersebut sangat penting untuk perusahaan karena dapat memperlihatkan ciri khas dari perusahaan tersebut.
- *Saint Barkley* tidak konsisten dengan penerapan logo yang berbeda pada setiap media.
- Logo utama yang digunakan *Saint Barkley* tidak mencerminkan karakteristik dari *Saint Barkley*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini, adalah "Bagaimana merancang sebuah logo utama *Saint Barkley* yang sesuai dengan karakteristik *Saint Barkley*?"

1.4 Batasan Masalah

Objek difokuskan pada produk-produk *Saint Barkley* dengan fokus menggunakan satu logo utama *Saint Barkley*. Subjek ditujukan kepada pelajar dan mahasiswa yang berada di rentang usia 17 sampai 23 tahun, yaitu kalangan yang mengikuti tren.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun tujuan dan manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat satu logo utama yang akan digunakan *Saint Barley* untuk mengaplikasikan pada media-media tertentu.
2. Menerapkan logo pada media-media menggunakan logo yang akan dibuat.
3. Membuat logo sesuai dengan karakteristik *Saint Barkley*.