

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, *Branding* memainkan peran penting dalam menentukan kesuksesan sebuah merek. *Branding* tidak hanya melibatkan logo dan kemasan produk, tetapi juga mencakup keseluruhan identitas visual dan persepsi yang ingin disampaikan kepada konsumen. "“*Pretty House*”,” sebuah merek pakaian yang berdiri pada pertengahan tahun 2022, menyadari peran branding dalam menciptakan persepsi merek yang kuat dan positif di mata pelanggan. Dengan memanfaatkan desain logo dan kemasan yang konsisten, “*Pretty House*” berupaya untuk menonjol di pasar dan menarik perhatian konsumen yang mencari produk fashion berkualitas dengan sentuhan yang modern dan elegan.

Desain logo merupakan elemen fundamental dalam *Brand*, karena logo adalah representasi visual yang pertama kali dilihat oleh konsumen. Logo yang efektif harus mampu mencerminkan identitas dan nilai-nilai merek secara keseluruhan. Dalam konteks “*Pretty House*”, logo yang didesain dengan gaya desain era tahun 70an diharapkan dapat mengkomunikasikan kesan *simple*, hangat dan elegan yang menjadi ciri khas merek. Melalui logo yang kuat dan mudah dikenali, “*Pretty House*”

berharap dapat menciptakan kesan yang mendalam dan positif pada pelanggan, meningkatkan recall dan kesetiaan merek.

Selain desain logo, kemasan produk juga memainkan peran krusial dalam strategi menghadapi persaingan di pasar. Kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang baik untuk menunjukkan kualitas dan nilai produk kepada pelanggan. Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, membuat produk lebih menarik, dan memperkuat persepsi kualitas. Bagi "*Pretty House*", kemasan yang dirancang dengan *Simple* bertujuan untuk memberikan kesan eksklusif dan premium, sekaligus meningkatkan daya tarik visual di rak-rak toko maupun di platform e-commerce.

Menurut Keller (2019) Di era modern ini, perkembangan industri fashion semakin pesat dengan munculnya berbagai merek yang menawarkan produk-produk berkualitas. Dalam konteks ini, branding menjadi salah satu elemen kunci yang menentukan kesuksesan sebuah merek. Salah satu aspek penting dari branding adalah desain logo dan kemasan, yang merupakan representasi visual dari identitas merek. Logo dan kemasan tidak hanya berfungsi sebagai penanda, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif untuk membentuk persepsi konsumen terhadap *brand image* . Menyadari pentingnya hal ini, merek pakaian "*Pretty House*" memutuskan untuk melakukan *Re-desain* logo dan kemasan guna meningkatkan *brand image* di mata konsumen. Oleh

karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa *Re - design* kemasan dan logo "Pretty House" tidak hanya merupakan perubahan visual, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan posisi merek di pasar dan meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi "*Pretty House*" dalam membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan.

Kenyataannya, produk *Pretty House* belum memiliki brand identity dan desain *Pretty House* tidak menunjukkan ciri khas dari *Pretty House* itu sendiri. Hal itu dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai pentingnya sebuah identitas brand dan desain kemasan bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Sehingga diperlukan perancangan brand identity dan desain bagi produk *Pretty House* yang mudah dikenali, diingat, menarik dengan menunjukkan keunikan yang dapat memperkuat brand yang jelas bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, perlunya peningkatan brand image untuk bisa bersaing dengan competitor lain dan juga bisa menarik minat para audines, maka penulis mengambil judul "***Re – Desain Logo dan kemasan pada Brand Clothing "Pretty House" untuk meningkatkan Brand image.***". Hasil akhir dari tugas akhir ini yaitu berupa logo dan desain "*Pretty House*" yang diharapkan mampu meningkatkan citra pada *Brand Clothing "Pretty House"*.

1.2 Identifikasi Masalah

Ketidak konsistenan visual seperti logo dan kemasan yang belum menciptakan identitas yang kohesif, Serta kemasan yang tidak mencerminkan kualitas dan eksklusivitas yang diharapkan dan serta banyaknya Brand Clothing yang masuk ke pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana desain logo dan kemasan “*Pretty House*” mempengaruhi persepsi konsumen terhadap brand image?

1.3 Batasan Masalah

Proyek ini membatasi tempat dan waktu serta batasan dari objek atau subjek yang terkait. Adapun batasan masalah pada proyek ini sebagai berikut:

- a. Perancangan berfokus pada Desain ulang *Brand “Pretty House”*. Seperti logo & Kemasan agar menarik dan mudah dikenal.
- b. Perancangan berfokus pada desain “*Pretty House*”. Seperti desain display yang menarik serta menunjukkan citra “*Pretty House*” itu sendiri.

1.4 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Tugas Akhir ini sesuai dengan latar belakang masalah di atas, yaitu :

1. Bagaimana Re – Desain logo dan kemasan pada *Brand Clothing* “*Pretty House*” ?

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan *brand guidelines* adalah untuk tetap konsisten, menumbuhkan kepercayaan, meningkatkan efisiensi, dan menghasilkan keuntungan. Dokumen ini merinci panduan, tata cara, dan aturan penggunaan identitas serta standar brand, memandu baik pihak internal maupun eksternal dalam representasi merek yang sesuai. Menurut studi *Forbes*, perusahaan yang mempertahankan konsistensi merek di semua platform mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 23%, menunjukkan bahwa tim yang mematuhi brand guidelines berperan penting dalam mendatangkan keuntungan. *Brand guidelines* juga membantu menjaga konsistensi dalam tampilan, nuansa, dan gaya komunikasi merek, serta memastikan representasi merek yang konsisten di mata publik.

Tujuan merancang *Brand Guidelines* “*Pretty House*” diantara lain :

1. Konsistensi Brand Identity

Konsistensi Brand Identity adalah menjaga elemen merek tetap sama di semua platform untuk pengenalan yang kuat yaitu:

- a. Memastikan konsistensi dalam penggunaan elemen identitas merek, seperti logo, warna, dan tipografi, di berbagai platform dan materi pemasaran.

2. Pembeda dari Kompetitor.

Pembeda dari kompetitor adalah elemen unik yang membuat suatu merek atau produk lebih menonjol dibandingkan pesaingnya yaitu :

- a. Menonjolkan ciri khas dan nilai unik “*Pretty House*” untuk membedakan merek ini dari pesaing di industri pakaian.

3. Panduan Desain yang Jelas.

Panduan desain yang jelas adalah dokumen yang mengatur penggunaan elemen visual merek untuk memastikan konsistensi yaitu :

- a. Menyediakan pedoman yang jelas untuk desainer dan tim kreatif, memudahkan mereka dalam menciptakan materi pemasaran yang sesuai dengan estetika dan nilai merek.

4. Peningkatan Keterlibatan Pelanggan.

Peningkatan keterlibatan pelanggan adalah usaha untuk membuat pelanggan lebih aktif berinteraksi dengan merek yaitu :

- a. Membangun kohesi visual yang kuat dapat meningkatkan daya tarik merek dan menghasilkan pengalaman yang konsisten untuk pelanggan, memberikan kesan positif dan daya ingat yang kuat.

1.6 Manfaat Perancangan

Dalam perancangan *Brand Guidelines “Pretty House”* sebagai upaya membangun *Brand Image*, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1. Meningkatkan Reputasi Merek

Meningkatkan reputasi merek adalah usaha memperbaiki citra dan kepercayaan publik terhadap merek yaitu :

- a. Menciptakan panduan konsisten membantu meningkatkan reputasi merek dan memperkuat citra “*Pretty House*” di mata pelanggan.

2. Efisiensi Produksi Materi Pemasaran

Efisiensi produksi materi pemasaran adalah upaya membuat materi pemasaran dengan cepat dan biaya rendah yaitu :

- a. Mempercepat dan menyederhanakan proses produksi materi pemasaran dengan memiliki pedoman desain yang jelas, menghemat waktu dan sumber daya.

3. Memperkuat Identitas Visual

Memperkuat identitas visual adalah meningkatkan konsistensi dan daya tarik elemen visual merek untuk pengenalan yang lebih kuat yaitu :

Memastikan bahwa setiap elemen visual yang digunakan mencerminkan identitas merek, membangun pemahaman yang kuat tentang "*Pretty House*" di kalangan konsumen.

4. Mempermudah Pengenalan Merek

Mempermudah pengenalan merek adalah membuat merek lebih mudah dikenali oleh konsumen yaitu :

Menyediakan panduan yang mudah diakses membantu dalam pengenalan merek oleh pelanggan, baik dalam toko fisik maupun online.

5. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan.

Meningkatkan kepercayaan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dan loyalitas terhadap bisnis yaitu :

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap barang dan jasa "*Pretty House*", konsistensi dalam tampilan merek memberikan kesan profesional dan dapat diandalkan.

1.7 Sistematika Penulisan

a. Bagian Awal

Halaman judul, pernyataan, rekomendasi, pengesahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, tabel, gambar, dan lampiran terletak di bagian awal. Pada bagian awal ini, pembaca dapat dengan mudah menemukan bagian-bagian penting secara cepat.

b. Bagian Utama Pada bagian utama terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, keuntungan perancangan, dan prosedur penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup teori-teori yang mencakup penelitian jenis ini, serta landasan teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup langkah-langkah penelitian, seperti waktu dan lokasi penelitian, bahan penelitian, alat penelitian, prosedur penelitian, dan kerangka berfikir.

BAB IV PERANCANGAN DAN DESAIN VISUAL

Bab ini menampilkan data yang dikumpulkan selama penelitian. Ini mencakup objek penelitian, konsep dasar perancangan, proses perancangan, dan hasil perancangan.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka terdiri dari daftar buku dan lampiran data yang lengkap untuk mendukung penelitian Tugas Akhir.

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan untuk mendukung kelengkapan Laporan Tugas Akhir.