

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen [1]. Peran manajemen merek (*branding*) menjadi semakin penting dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen. Konsumen modern memiliki akses yang lebih luas ke informasi dan beragam pilihan produk atau layanan, sehingga bisnis harus menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan strategi *branding* yang efektif untuk menarik dan mempertahankan minat beli konsumen. Kesadaran merek (*brand awareness*) menjadi salah satu aspek utama yang perlu diperhatikan untuk memenangkan persaingan pasar. Dalam strategi *branding*, elemen visual seperti logo memainkan peran penting dalam membangun identitas dan citra merek yang kuat di benak konsumen. *Branding* adalah aspek paling penting dalam bisnis karena kekuatan merek akan menentukan kesuksesan suatu usaha. Hal ini penting untuk membuat produk atau bisnis terlihat berbeda dari kompetitor. *Branding* dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan nilai perusahaan serta untuk mengkonfirmasi, merelokasi citra dan posisi pasar ke posisi yang paling menguntungkan [2].

Logo adalah simbol visual yang merepresentasikan identitas suatu merek atau usaha dan menjadi elemen penting dalam identitas korporat karena perusahaan dapat membangun citra yang menentukan nasibnya.

Merek mencakup nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari individu atau kelompok tertentu [2][3]. Salah satu kegunaan logo adalah sebagai identitas utama dalam pemasaran. Pertimbangan pasar dan *sales* sangat berperan dalam desain logo profesional, yang dapat menjadi faktor pembeda untuk tetap bersaing di mata audiens dan pasar. Penggunaan logo dalam perusahaan sangat berguna untuk mencapai *brand awareness* dan menciptakan diferensiasi dari kompetitor, selain menentukan profesionalitas suatu merek. Sebuah merek harus menciptakan pembeda, dan disinilah peran identitas visual sebagai pembangun *brand awareness* dan menciptakan diferensiasi antar merek. Seiring perkembangan zaman dan perubahan selera konsumen, logo yang ada mungkin perlu disesuaikan (redesain) agar tetap relevan dan efektif dalam menarik perhatian target pasar. Redesain logo dapat membantu menyegarkan citra merek, memperbaiki kesan yang diberikan kepada konsumen, serta meningkatkan daya tarik dan kesan positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Redesain logo bukan sekadar perubahan visual, tetapi juga strategi untuk meningkatkan *brand awareness*. Dengan memperbarui atau meningkatkan kualitas logo, perusahaan dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen potensial. *Brand awareness* yang baik akan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas konsumen, meningkatkan pangsa pasar, serta memperkuat posisi merek di industri. *Brand awareness* mengacu pada kekuatan kehadiran sebuah merek di benak konsumen dan kemampuan

konsumen untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Kesadaran ini juga menyangkut berbagai cara konsumen dalam mengingat suatu merek. Tingkatan *brand awareness* dimulai dari *Unaware of brand* (tidak menyadari merek), *Brand recognition* (pengenalan merek) setelah pengingatan kembali dengan bantuan (*aided recall*), *Brand recall* (pengingatan kembali terhadap merek) tanpa bantuan (*unaided recall*), hingga *Top of mind* (puncak pikiran) yaitu merek yang pertama kali muncul di benak konsumen tanpa bantuan apapun.

Revinia Make Up adalah merek yang didirikan oleh seorang ahli *make up* yang fokus pada penyediaan jasa *make up* untuk berbagai acara spesial seperti wisuda, ulang tahun, pernikahan, dan acara penting lainnya yang memerlukan *touch up* untuk memperindah penampilan. Revinia Make Up memiliki ciri khas *make up* yang lebih condong ke arah *Korean look make up*. Selain jasa *make up*, Revinia Make Up juga menyediakan jasa sewa kebaya dan kostum lainnya untuk melengkapi kebutuhan klien. Berdiri sejak 2018, Revinia Make Up telah melayani banyak klien dengan layanan yang memuaskan. Namun, seiring perkembangan zaman dan persaingan di industri *make up*, ada tantangan yang dihadapi dalam membangun *brand awareness* dan memperkuat identitas merek mereka.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengembangan pada logo Revinia Make Up. Logo yang ada saat ini kurang mampu menggambarkan brand MUA (*Makeup Artist*) secara efektif dan tidak memiliki daya tarik visual yang kuat. Selain itu, Revinia Makeup belum

memiliki *brand guideline* yang jelas, sehingga konsistensi dalam penggunaan logo dan elemen visual lainnya sering terabaikan. Untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat identitas merek, redesain logo menjadi langkah penting. Redesain logo tidak hanya memberikan tampilan visual yang lebih segar dan modern, tetapi juga membantu menciptakan citra yang lebih profesional dan terpercaya di mata klien. Dengan adanya *brand guideline* yang jelas, Revinia Make Up dapat menjaga konsistensi dalam setiap elemen visual yang digunakan, sehingga merek mereka lebih mudah dikenali dan diingat oleh khalayak luas.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan dapat ditarik Kesimpulan identifikasi masalahnya yaitu:

1. Logo Revinia Make Up saat ini kurang representatif untuk menggambarkan identitas dan profesionalitas sebagai *brand Make Up Artist* (MUA).
2. Logo yang ada tidak memiliki daya visual yang kuat untuk menarik perhatian target pasar.
3. Tidak adanya panduan merek (*brand guideline*) yang jelas menyebabkan inkonsistensi dalam penggunaan logo dan elemen visual lainnya.
4. Revinia Make Up menghadapi tantangan dalam membangun *brand awareness* di Tengah persaingan industri *make up* yang ketat.

5. Logo yang ada mungkin sudah tidak relevan dengan tren *make up* terbaru, khususnya tren *Korean look make up* yang menjadi ciri khas Revinia Make Up.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Meredesain visual logo yang menghasilkan logo baru dan *graphic standard manual*.
2. Perancangan media implementasi berupa *beauty case*, *paperbag*, *totebag*, tas *make up*, koper *make up*, *instagram* dan kartu nama.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana cara menyampaikan identitas dan profesionalitas Revinia Make Up melalui logo dan elemen visual lainnya?
2. Bagaimana cara merancang logo yang menarik dan sesuai dengan tren *Korean look make up*?
3. Bagaimana menyusun *brand guideline* yang dapat menjaga konsistensi visual Revinia Makeup?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menghasilkan logo representatif yang mampu menggambarkan identitas dan profesionalitas Revinia Makeup.
2. Membantu logo dengan daya tarik visual yang kuat dan relevan dengan tren *make up* terkini.
3. Menghasilkan panduan merek (*brand guideline*) yang jelas untuk menjaga konsistensi penggunaan elemen visual Revinia Make Up.
4. Meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di antara target audiens melalui elemen visual yang konsisten dan menarik.

1.6 Manfaat Perancangan

Dalam perancangan Tugas Akhir memiliki manfaat teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi wawasan serta edukasi mengenai redesain logo Revinia Make Up sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Tugas Akhir ini diharapkan menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai cara me-redesain logo Revinia Make Up sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* yang akan menjadi bekal dan portfolio saat lulus dari perkuliahan.

2. Manfaat Bagi Masyarakat

Tugas Akhir ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta edukasi mengenai cara me-redesain logo Revinia Make Up sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

3. Manfaat Bagi Produk

Tugas Akhir ini diharapkan mampu memberikan dampak positif, dan dengan adanya redesain logo Revinia Make Up ini nantinya mampu didistribusikan dengan baik melalui kerjasama dari pihak *client* sebagai media promosi serta edukasi yang menginspirasi bagi masyarakat luas.