

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, kondisi kehidupan di masyarakat saat ini telah mengalami banyak perubahan. Perubahan-perubahan tersebut menjadikan masyarakat saat ini harus mencukupi kebutuhan hidupnya sehari-hari dengan cara yang mudah dan efektif agar mereka mampu memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu, muncullah suatu usaha yang membantu masyarakat untuk mencukupi kebutuhan hidup mereka serta mengatasi masalah yang ada di masyarakat di era yang serba praktis ini. Berbagai jenis-jenis usaha yang ada di bagi menjadi dua macam yaitu baik berupa penjualan suatu produk dan ada juga yang berupa jasa.

Salah satu dari jenis bentuk usaha yang menawarkan suatu jasa yaitu adalah usaha pembuatan pakaian atau sering di sebut penjahit. Usaha jahit pkaian ini merupakan salah satu bentuk cara yang dilakukan oleh sebagian orang di Indonesia untuk mempertahankan dan menunjang kebutuhan hidup mereka di tengah-tengah kehidupan di era sekarang yang jauh lebih kompleks. Bentuk dari usaha ini pun cukup berfariasi, ada yang melayani pembuatan pakaian secara jadi dengan ukuran standar S,M,L sampai ke pelayanan jasa jahit pakaian dengan ukuran yang sesuai dengan ukuran badan konsumen. Perkembangan jumlah usaha menengah di Boyolali pada tahun 2009 berjumlah 5230 dan di tahun 2010 meningkat

menjadi 5283, dan perkembangan usaha kecil pada tahun 2009 berjumlah 20.922 dan di tahun 2010 mengalami kenaikan menjadi 21.131.

Data sebuah wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik Penjahit Luwes memperoleh data berikut, pada awal tahun berdirinya Penjahit Luwes tahun 1980-1992 Penjahit Luwes belum mendapatkan pasar khusus di Boyolali pada waktu itu. Pada tahun 1992-2005 penjahit luwes mengalami kenaikan penjualan produk atau jasa yang cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2005-2021 Penjahit Luwes sudah memiliki pasar, dalam kurun waktu 14 tahun ini Penjahit Luwes sudah mencapai dimana penjualan atau jasa mencapai titik tertinggi dan mengalami kenaikan konsumen yang sangat signifikan dari tahun sebelumnya.

Usaha jahit pakaian ini juga merupakan salah satu dari jenis bentuk usaha berbentuk industri kecil skala rumahan yang melayani pembuatan pakaian jadi serta melayani jasa jahit pakaian. Di Indonesia, usaha ini telah menjadi salah satu usaha yang cukup banyak diminati oleh para pelaku usaha dan saat ini, Usaha Jahit pakaian ini telah banyak berkembang. namun di Boyolali sendiri belum banyak yang mendirikan usaha penjahit seperti Penjahit Luwes yang ada di Boyolali ini. Salah satu penjahit yang ada saat ini adalah Usaha Jahit pakaian Luwes milik Bapak Winarno yang berada di Boyolali. Sama seperti layaknya usaha jahit pada umumnya, Penjahit Luwes melayani jahit untuk model-model berbagai pakaian serta produksi berupa kemeja, celana, jas, dan beskap. Dalam

pemesanan pakaian di Penjahit Luwes ini busana dapat dipesan sesuai dengan permintaan dari pemesan, sehingga ukuran pakaian dapat ditentukan sesuai dengan ukuran dari pemesan. Dizaman sekarang ini, usaha ini termasuk ke dalam salah satu jenis usaha yang melayani kebutuhan dasar manusia, yaitu jenis sandang. Ditambah lagi permintaan pasar yang besar menyebabkan bisnis ini memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan perekonomian masyarakat serta dapat membuka lapangan kerja.

Corporate identity sangat diperlukan karena dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan identitas atau jati diri, selain itu corporate identity juga dapat dijadikan ciri khas perusahaan satu dengan yang lain karena dalam usaha ini terdapat banyak pesaing atau kompetitor, corporate identity diperlukan Penjahit Luwes agar dapat menjadi pembeda antar Penjahit Luwes dengan yang lain. Identitas ini bisa juga berfungsi sebagai citra perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan sebuah daya tarik serta mencerminkan kepribadian perusahaan yang terwujud lewat sebuah brand milik perusahaan tersebut. Sebuah identitas usaha ini sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan daya tarik kepada konsumen baik berupa barang maupun jasa.

Corporate identity ini muncul dari apa saja yang berhubungan dari perusahaan tersebut seperti logo perusahaan dan slogan, dalam sebuah corporate identity logo adalah suatu komponen yang sangat penting, dengan logo yang mudah diingat konsumen akan lebih mudah mengingat

produk tersebut, selain logo slogan juga penting adanya, dengan adanya slogan yang di buat dapat mengetahui visi dari perusahaan tersebut, selain itu logo dan slogan juga dapat di jadikan sebagai media branding perusahaan agar lebih di kenal masyarakat luas.

Penjahit Luwes ini sudah mempunyai sebah logo, dalam hal ini dapat mempermudah dalam pembuatan corporate identity untuk me rebranding Penjahit Luwes agar memperkuat identitas Penjahit Luwes, dengan rebranding di harapkan Penjahit Luwes dapat lebih memperkuat citranya untuk dapat diterima oleh semua kalangan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep perancangan rebranding Penjahit Luwes?
2. Bagaimana perancangan rebranding Penjahit Luwes agar lebih di kenal masyarakat?

C. Tujuan

1. Pembuatan konsep rebranding.
2. Membuat rancang rebranding Penjahit Luwes dengan cara membuat media promosi.

D. Manfaat

1. Bagi mahasiswa

Dapat mengembangkn kemampuan dalam mem branding suatu perusahaan dan mengamalkan ilmu yang telah di peroleh selama perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta, sekaligus memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana.

2. Bagi produsen

Dapat dijadikan media promosi Penjahit Luwes untuk lebih dikenal lebih banyak orang dan memperkuat citra Penjahit Luwes.

3. Bagi akademik

Dapat di jadikan sebagai referensi untuk mahasiswa lain.

E. Tinjauan Pustaka

Buku yang berjudul "branding di praktekin" milik tim wesfix yang diterbitkan oleh Pt.Gramedia Widiasarana Indonesia tahun 2017 membahas tentang pentingnya sebuah branding karena mengingat pesaing yang sangat kompetitif oleh karena itu perlu adanya sebuah branding dalam sebuah usaha, sebagai identitas utama yang bertujuan untuk membedakan satu produk dengan yang lainnya. Manfaat dari buku yang berjudul Branding Di Praktekin ini dalam pembuatan tugas akhir berguna untuk mengetahui pentingnya sebuah branding dalam suatu perusahaan mengingat adanya pesaing yang sangat kompetitif.

(<https://ebooks.Gramedia.com>)

Jurnal Daru Redono yang berjudul "Simple Promotion Dan Branding Untuk UKM" buku ini membahas tentang sebuah branding suatu usaha kecil menengah yang mana dalam usah kecil menengah ini juga memerlukan sebuah promosi atau branding dan logo sebagai visualisasi sebuah usaha yang dibutuhkan untuk membangaun suatu brand. Jurnal tersebut sangat bermanfaat sebagai acuan dalam pembuatan tugas akhir kuliah yang mana dalam buku tersebut membahas pentingnya sebuah

branding dan logo untuk usaha kecil menengah. (Daru Redono, Vol 1 2015 : <http://www.ubpress.ub.ac.id>)

Tugas akhir berjudul "Strategi Rebranding Perusahaan Kuping Gajah Khas Kampung Sewu Melalui Media Komunikasi Visual" oleh Pamula Gigih Juangga tahun 2011 menjelaskan tentang pentingnya pemahaman dari sebuah produk yang akan di iklankan, dalam tugas akhir ini mengangkat makanan tradisional khas Surakarta yaitu kuping gajah sebagai makanan yang sudah meredup popularitasnya di kalangan masyarakat sehingga dilakukan sebuah rebranding dari produsen pembuatan makanan khas Surakarta ini, dengan cara merancang media promosi kuping gajah dengan memperhatikan target audience dalam hal ini konsep yang telah dibuat diharapkan dapat di aplikasikan ke dalam media yang dapat menunjang sebuah promosi dari perusahaan kuping gajah.

Manfaat dari tugas akhir yang berjudul Strategi Rebranding Perusahaan Kuping Gajah Khas Kampung Sewu Melalui Media Komunikasi Visual bagi tugas akhir yang akan di buat adalah untuk mengetahui pentingnya sebuah rebranding dalam usaha yang sudah mulai redup popularitasnya, dengan cara merancang sebuah media promosi dan di aplikasikan pada sebuah media sebagi penunjang media promosi dengan memperhatikan target audience.

(<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/21608/Strategi-Rebranding-Perusahaan-Kuping-Gajah-Khas-Kampung-Sewu-Melalui-Media-Komunikasi-Visual>)

Tugas akhir berjudul “Perencanaan Strategi Kreatif Re-Branding Solopuccino Coffee N Tea Surakarta” oleh Renny Ardhiani Hendry tahun 2011 menjelaskan tentang pentingnya sebuah rebranding dalam suatu perusahaan hal ini di karenakan banyaknya persaingan pasar yang menjamur dan kompetitif. Visual branding merupakan salah satu cara yang di gunakan untuk membangun sebuah image dan identitas sebuah perusahaan. Perancangan rebranding pemilihan media promosi yang tepat akan mampu menarik perhatian konsumen serta mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi, hal tersebut akan memberikan konsumen sebuah rasa ingintahu yang nantinya menjadi sebuah timbal balik dari sebuah proses komunikasi.

Manfaat tugas akhir berjudul Perencanaan Strategi Kreatif Re-Branding Solopuccino Coffee N Tea Surakarta bagi tugas akhir yang akan di buat adalah untuk mengetahui pentingnay suatu pemilihan media promosi yang tepat sehingga dapat menarik perhatian konsumen sekaligus memberikan sebuah informasi pada konsumen.

(<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/20793/NDU3MTA=/Perencanaan-Strategi-Kreatif-Re-Branding-Solopuccino-Coffee-N-Tea-Surakarta-Renny-Ardhiani-Hendry.pdf>)

F. Landasan Teori

1. Pengertian Perancangan

Pengertian perancangan menurut Robbins dan Coulter perancangan adalah suatu proses yang melibatkan penentuan sasaran atau tujuan organisasi, menyusun strategi menyeluruh untuk mencapai sasaran yang ditetapkan, termasuk alokasi sumber daya yang diperlukan, jadwal kerja serta tindakan-tindakan lain yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Robbins dan Cooutler, 2005: p160).

Pendapat ahli lain, Jogiyanto menjelaskan perancangan system adalah penggambaran, perancangan, pembuatan sketsa dari beberapa element yang terpisah dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Jogiyanto, 2014:197). Maka dapat di simpulkan penjelasan di atas bahwa perancangan adalah suatu proses dimana menentukan suatu sasaran dengan Menyusun suatu strategi, dengan cara penggambaran, perancangan, pembuatan sketsa dari beberapa element.

2. Pengertian Brand

Pengertian brand menurut Suryanto Rustan dalam bukunya yang berjudul mendesain logo, brand adalah nama, tanda atau simbol untuk menandai barang atau jasa dari para penjual dan untuk membedakannya dari para pesaing (Suryanto Rustan, 2009:9).

Ahli lain Janita, brand adalah ide, kata, desain grafis dan suara/bunyi yang mensymbolisasikan produk, jasa, dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa tersebut (Janita, 2005:15). Kesimpulan dari

penjelasan di atas brand adalah suatu simbol untuk mengidentifikasi suatu produk.

3. Pengertian Branding

Pengertian branding menurut Kotler Branding adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendefinisikannya “membedakan” dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009:332).

Ahli lain Landa, pengertian branding telah berkembang dari sekedar merek atau nama dagang dari suatu produk, jasa atau perusahaan, yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari merek, seperti nama dagang, logo atau ciri visual lainnya, kini juga berarti citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi dan anggapan dibenak konsumen (Landa, 300:4). Kesimpulan dari penjelasan di atas adalah branding merupakan sebuah visualisasi dari citra perusahaan tersebut,

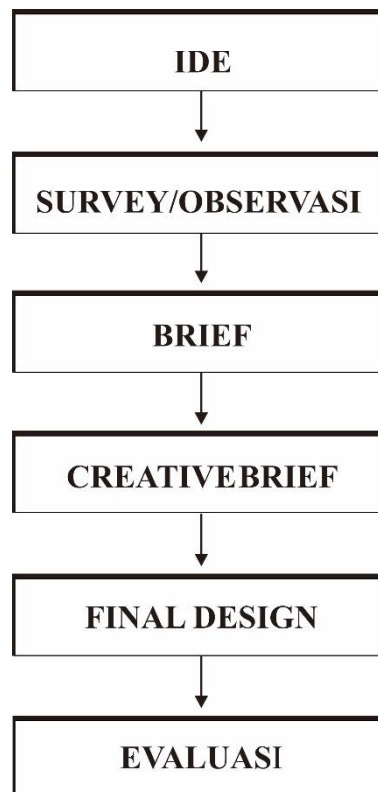
4. Pengertian Rebranding

Rebranding menurut Tjiptono dan Ggregorius adalah, bentuk spesifik rebranding bisa mencakup perubahan nama dan citra simbol visual, warna, auditory mnemonics, dan sebagainya hingga redefinisi strategi dan positioning merek. (Tjiptono dan Ggregorius, 2012:256)

Ahli lain Daly dan Moloney, rebranding secara definisi berarti perubahan identitas, yang harus dilihat sebagai sebuah keputusan strategis dengan rencana yang matang (Daly dan Moloney, 2004:32). Kesimpulan

dari penjelasan di atas adalah rebranding merupakan sebuah usaha membentuk suatu identitas baru dari produk yang bertujuan untuk merubah identitas agar memiliki citra yang baru sebagai pembeda dari kompetitornya.

G. Metode perancangan



Gambar 01. Bagan Metode Perancangan
Sumber (Tugas Akhir Muhammad Alvin Darmawan.2020)

1. Ide

Ide adalah suatu gagasan yang sudah di rancang dalam sebuah pikiran dalam sebuah proyek yang nantinya akan di buat, dalam promosi Penjahit Luwes sebuah media promosi yang tepat nantinya akan menjadi sebuah sarana promosi agar penjahit luwes dapat di kenal lebih banyak masyarakat.

2. Survey/ Observasi

Survey atau observasi bertujuan untuk memperoleh suatu data dan informasi yang nantinya akan di jadikan sebuah acuan dalam sebuah perancangan rebranding Penjahit Luwes.

3. Brief

- 1) Wawancara pemilik Penjahit Luwes.
- 2) Dokumentasi berupa foto maupun recorder.

5. Creative Brief

- 1) Visual branding yang nantinya di gunakan adalah berupa sebuah logo yang diaplikasikan dalam sebuah media promosi berupa neon box, t-shirt, paper bag, stempel, buku nota, sticker dan banner, nantinya media promosi yang telah dibuat tersebut akan di gunakan oleh Penjahit Luwes sebagai sarana promosi Penjahit Luwes Boyolali.
- 2) Software yang digunakan dalam proses desain menggunakan software Corel Draw.

6. Final Design

Final design nantinya akan berupa perwujudan karya berupa media promosi yang sudah di rancang sesuai dengan strategi kreatif.

7. Evaluasi

Evaluasi dalam rebranding ini dapat dilihat sesudah adanya pengaplikasian dari sebuah media yang telah dibuat dan dapat dilihat seberapa eektivitasnya.

H. Sistematika Penulisan

Bab I

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, tinjauan Pustaka, landasan teori dan metodologi perancangan.

Bab II

Berisi tentang informasi perusahaan seperti data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan yang mana nantinya akan di jadikan sebuah acuan dalam pembuatan karya tugas akhir berupa Rebranding Penjahit Luwes Boyolali yang telah melalui proses observasi.

Bab III

Berisi sebuah konsep dan teknis pembuatan karya visual branding dengan identifikasi data, positioning dan strategi kreatif.

Bab IV

Berisi tentang perwujudan karya berupa mock up sesuai yang telah di konsepkan di bab sebelumnya.

Bab V

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari sebuah perancangan Rebranding Penjahit Luwes Boyolali dan daftar Pustaka sebagai refrensi dari pembuatan tugas akhir yang dibuat baik dari artikel maupun internet.