

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Perancangan

Era digital ini sangat memberikan banyak sekali dampak perubahan di berbagai sektor-sektor kehidupan. Kehidupan sosial yang sangat berkembang dengan adanya media sosial yang memungkinkan banyak orang terhubung walau dihalau dengan jarak. Keberadaan sosial media sendiri juga merupakan produk kemajuan digital yang nyata terjadi dalam masyarakat. Sosial media sendiri sangat memberikan dampak yang nyata terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat luas. Hadirnya *online shop* maupun *e-commerce (Electronic Commerce)* merupakan bentuk adaptasi atau evolusi dari kehadiran sosial media di tengah masyarakat.

Keberadaan sosial media dan media online menyebabkan perubahan ekonomi seperti munculnya dan menjamurnya online shop atau toko-toko berbasis online yang sangat banyak belakangan ini. Online shop atau secara terminology memiliki pengertian belanja online merupakan hasil digitalisasi dunia perekonomian. *online shop* sendiri memiliki pengertian suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berupa jual beli dengan posisi penjual dan pembeli dipertemukan di media online atau daring. Dengan adanya bentuk kegiatan ekonomi baru ini sangat memungkinkan adanya kemudahan bagi pihak pembeli dan penjual untuk mewujudkan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, hal ini memberikan keuntungan tersendiri bagi sebuah *clothing brand* yang pada dasarnya membutuhkan tempat untuk berjualan. Dengan adanya *online shop* maka sebuah *clothing brand* tidak memerlukan biaya nyata seperti penyewaan tempat, biaya ekstra seperti biaya listrik, air, dan bahkan pegawai atau pekerja.

*Brand Lazyheadstore* merupakan salah satu contoh bentuk usaha di bidang *clothing* yang bergerak dibidang online Lazyheadstore sendiri merupakan brand yang berdiri di tahun 2016 yang kemudian mengalami kebuntuan kelanjutan disebabkan oleh kurangnya identitas brand baik dari segi konsep maupun hasil produk. Ketidakjelasan konsep yang ingin diusung brand mengakibatkan kesulitan untuk dapat terus melakukan usaha penjualan maupun usaha bersaing di tengah persaingan usaha *clothing* yang

sangat ramai dan luas. Perancangan identitas visual kembali menjadi salah satu usaha atau langkah yang dilakukan oleh pemilik brand agar dapat kembali bersaing dalam mendapatkan konsumen di pasar pakaian atau clothing. Perancangan identitas yang dimaksud dapat berupa perancangan konsep besar secara detail dan spesifik agar dapat memudahkan brand lazyheadstore sendiri untuk mendapatkan *value* atau nilai yang dapat menjadi daya tarik brand lazyheadstore di mata konsumen.

Ketatnya persaingan ide dan konsep membuat banyaknya referensi dan spesifikasi para pegiat usaha *clothing brand online*. Banyaknya pilihan ide membuat penulis berkeinginan untuk membangun sebuah *clothing brand* menggunakan karakter kartun sebagai representatif *brand*. Hal ini diperkuat karena penulis jarang menemui suatu *clothing brand* yang ada di Indonesia menggunakan karakter kartun.

Perancangan karakter kartun merupakan langkah pertama penulis dalam membangun *brand image* suatu *clothing* agar tampil berbeda dan lebih menonjol dari brand kompetitor. Sehingga penulis sebagai calon pelaku industri kreatif ingin memberikan ide atau perancangan menggunakan karakter kartun sebagai simbol atau representatif suatu usaha khususnya *clothing brand* atau biasa disebut usaha clothing (baju) bernama “Lazyheadstore”. Penulis ingin menyampaikan rancangan maupun ide bagi pembaca penggunaan karakter atau symbol kartun sebagai representative suatu usaha bisa menjadi pembeda atau ciri khas usaha *clothing* sehingga dapat menarik pembeli lewat penulisan Tugas Akhir berjudul “ **Perancangan Identitas Visual Clothing Brand Online “Lazyheadstore “ Menggunakan Karakter Kartun Sebagai Representatif Brand ”**”.

## **B. Rumusan Masalah Perancangan**

Rumusan masalah perancangan yang akan dibahas oleh penulis adalah :

1. Bagaimana perancangan identitas visual clothing brand “LAZYHEADSTORE” menggunakan karakter kartun sebagai representatif brand?

### **C. Batasan Masalah Perancangan**

Batasan masalah perancangan yang akan dibahas oleh penulis adalah :

1. Perancangan identitas visual clothing brand online “LAZYHEADSTORE” menggunakan representatif kartun yang meliputi logo, warna, dan elemen visual pendukung.
2. Pengaplikasian identitas visual brand pada produk brand dan kemasan brand.

### **D. Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan yang dibuat oleh penulis adalah melakukan perancangan penggunaan karakter kartun pada brand clothing “Lazyheadstore” sehingga dapat menjadi representatif brand dan menjadi ciri atau pembeda bagi brand tersebut.

### **E. Manfaat Perancangan**

Manfaat masalah perancangan yang akan didapat oleh penulis adalah :

1. Untuk Lembaga

Manfaat hasil tulisan untuk Lembaga STSRD VISI adalah sebagai tambahan jurnal untuk referensi dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya

2. Untuk Bidang Keilmuan

Manfaat bagi bidang keilmuan adalah sebagai pelengkap untuk penelitian yang sudah ada maupun yang akan dilakukan di kemudian hari.

3. Untuk Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat diharapkan hasil tulisan mengenai perancangan semoga menambah ilmu dan wawasan bagi pembaca mengenai pertimbangan menggunakan karakter kartun sebagai representatif brand khususnya di bidang baju atau *clothing*.

## F. Skema Perancangan

