

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan zaman saat ini berdampak terhadap pengembangan dalam semua aspek kehidupan manusia, berbicara tentang perubahan, dapat dipahami sebagai sesuatu yang terjadi setelah jangka waktu tertentu, yang diamati antara sebelum dan sesudah jangka waktu tertentu (Sztompka Piotr, 2008). Salah dampak dari perubahan zaman adalah ide bisnis, ide bisnis bisa beragam macamnya namun secara umum ide bisnis biasanya menjual barang atau jasa, apabila dalam transaksi penjualan barang diperlukan benda fisik untuk menjadi nilai tukar berbeda dengan jasa yang cenderung menawarkan keahlian sebagai transaksinya. Secara definisi jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya (Lupiyoadi, 2006).

Keahlian khusus yang ditawarkan oleh penyedia jasa seringkali menjadi manfaat dan memudahkan bagi para konsumennya. Cuci sepatu menjadi salah satu ide bisnis di bidang jasa. Gaya hidup yang berkembang menjadikan sepatu tidak hanya dipakai untuk keperluan sehari-hari saja, di masa kini sepatu merupakan icon penting dalam memenuhi gaya hidup masyarakat. Penggunaan sepatu bisa jadi acuan bagi beberapa orang untuk menentukan gengsi tersendiri dalam kehidupannya dan menjadikan sepatu sebagai gaya hidupnya. Harga sepatu yang mencapai jutaan rupiah sudah menjadi hal biasa bagi masyarakat di masa kini, tentu ini menandakan bahwa masyarakat sekarang sudah menganggap sepatu sebagai benda yang sangat berharga.

Sepatu dengan harga yang mahal tidak serta merta merawat sepatu tersebut secara sembarangan. Menjaga sepatu supaya tetap dalam kondisi

yang baik merupakan hal yang tidak semua orang tau untuk dilakukan, perlu perawatan khusus supaya sepatu tidak mudah rusak. Kebanyakan orang berpikiran bahwa cara mencuci sepatu itu sama halnya dengan mencuci pakaian, untuk melakukan perawatan sepatu tidak cukup hanya dicuci lalu disikat dengan memakai sabun karena sepatu terbuat dari berbagai jenis bahan, perbedaan bahan yang digunakan di sepatu berdampak pada bedanya perawatan yang dilakukan terhadap sepatu disetiap bahan.

Tentu kita sudah terbiasa dengan jasa cuci pakaian untuk meringankan tugas rumah bagi masyarakat banyak. Salah satu dampak dari perkembangan industri adalah jasa cuci sepatu yang sudah banyak bermunculan disekitar kita, namun tidak sedikit juga orang yang belum mengetahuinya. Mobilitas masyarakat yang tinggi membuat para pemilik sepatu jarang memperhatikan sepatunya, sehingga tanpa disadari sepatu mereka sudah menjadi kotor. Tingkat kekotoran pada sepatu tidak bisa diperkirakan, dikarenakan tingkat kekotoran pada sepatu berbeda, hal ini menjadi masalah di masyarakat. Beda tingkat kekotoran dan beda jenis bahannya pada sepatu itu tentu berbeda juga cara perawatannya. Oleh karena itu Jasa Cuci sepatu datang untuk memberikan solusi kepada masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi supaya memilih untuk membersihkan/merawatnya kepada mereka.

Salah satu tempat yang menjadi tempat berkembangnya jasa cuci sepatu adalah kota Yogyakarta. Banyaknya penduduk Yogyakarta yang berprofesi sebagai karyawan kantoran serta mahasiswa merupakan pasar yang tepat untuk bisnis jasa cuci sepatu. Salah satu dari banyaknya bisnis cuci sepatu adalah Cleanshoes23, berlokasi di Godean Cleanshoes23 mulai memberikan perawatan sepatu Sejak 2019 yang didirikan oleh Fandy Widiatmoko selaku pemilik. Sulitnya akses menuju lokasi outlet melahirakan ide *Pick up Order* dan *Home Service* jadi konsumen tidak perlu repot untuk mengantarkan sepatunya ke outlet cukup dengan menghubungi crew Cleanshoes23 dan sepatupun diantar. Cleanshoes23 melakukan perawatan sepatu secara profesional, dengan teknik khusus, serta menggunakan alat dan bahan

premium untuk perawatan sepatu, baik produk lokal maupun luar negeri namun masih dengan harga yang terjangkau.

Dalam proses membangun *brand* memiliki beberapa tahapan yang diantaranya: menentukan tujuan *brand*, memilih citra produk, menentukan nilai tambah produk, menentukan budaya, dan menetapkan strategi pemasaran (Tiber Leland, 2016). *Branding* tentu memiliki unsur-unsur penting supaya dapat dikenali oleh masyarakat yang meliputi nama *brand*, logo, tampilan visual, suara seperti adanya lagu dan juga adanya penggunaan kata-kata atau slogan yang dapat membantu sebuah *brand* supaya lebih mudah untuk diingat. Sebuah *brand* memiliki peranan yang sangat penting karena sebuah *brand* juga berusaha untuk terhubung secara emosional dengan konsumen sehingga menjadikan *brand* tersebut sebagai pilihan satu-satunya yang berpengaruh terhadap kepuasan pembelian (Catharine, 2016).

Nama yang digunakan Cleanshoes23 memanglah cukup umum digunakan oleh jasa cuci sepatu lainnya, namun berdasarkan kepada wawancara singkat yang dilakukan oleh penulis terhadap mitra, Cleanshoes23 masih terdengar asing oleh konsumennya, hal ini didukung oleh perkembangan sosial media Cleanshoes23 yang tidak begitu bagus, berdasarkan *insight* Selama 27 Maret – 30 April 2023 akun Cleanshoes23 hanya menjangkau 43 akun dari total 132 pengikut pada sosial media Instagram Cleanshoes23.

Gambar 1.1 Insight Instagram Cleanshoes23



Source: Instagram Cleanshoes23 (2023)

Lemahnya identitas yang dimiliki Cleanshoes23 membuat Cleanshoes23 tenggelam di persaingan pasar yang kian hari makin kompetitif. Dengan hal ini tentu saja Cleanshoes23 perlu memperkuat identitas mereka khususnya pada identitas visual. Identitas visual tentu akan sangat membantu dalam memperkuat Identitas *Brand* yang mereka miliki.

Identitas visual adalah konsep yang melibatkan penggunaan elemen-elemen visual seperti Logo, warna, tipografi, *pattern*, dan simbol-simbol dalam menciptakan kesan dan citra yang konsisten untuk suatu entitas, baik itu merek, organisasi, atau individu. Tujuan dari identitas visual adalah mengkomunikasikan pesan atau citra merek melalui visualisasi seperti simbol yang memiliki ciri khas berbeda dengan tujuan mendapat kepercayaan konsumen (Rustan, 2017). Identitas *Brand* merupakan pondasi dalam sebuah *brand* dan menjadi pembeda antar *brand* (Kotler, 2009). Hal ini bertujuan supaya dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap eksistensi Cleanshoes23, dan dapat bersaing kembali dengan kompetitor.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Lemahnya identitas sebagai penyedia jasa cuci sepatu di tengah persaingan pasar yang kompetitif membuat Cleanshoes23 kian tenggelam dalam persaingan. Berdasarkan fokus permasalahan di atas, rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan identitas visual untuk memperkuat identitas merek Cleanshoes23 Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penciptaan

Adapun tujuan dari perancangan identitas visual untuk memperkuat identitas merek Cleanshoes23 Yogyakarta supaya meningkatkan kesadaran konsumen terhadap eksistensi *brand*.

1.4 Manfaat Penciptaan

Penciptaan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu yang relevan dengan Identitas Visual, manfaat tersebut dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penelitian selanjutnya secara khusus, dapat dijadikan sebagai sarana referensi untuk perancangan karya. Baik dalam eksplorasi visual maupun pendekatan yang digunakan pada perancangan.
2. Untuk menerapkan teori komunikasi yang telah dipelajari oleh perancang selama berada di universitas terutama dalam cakupan teori identitas visual, dan merek.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai media alternatif untuk memperkenalkan identitas visual kepada konsumen agar lebih mudah untuk dikenal. Secara umum, perancangan ini dapat menjadi pedoman terkait pentingnya identitas untuk pelaku usaha.
2. Diharapkan mampu menjadi referensi dalam pengembangan studi dalam riset identitas visual suatu perusahaan.