

PERANCANGAN *RE-BRANDING* WHATDEVFAICE *CLOTHING COMPANY*

DESIGN FOR WHATDEVFAICE CLOTHING COMPANY'S RE-BRANDING

Oleh : Bayu Dwi Prasetya, psr fbs uny. Email : bayudwiprasetya999@gmail.com

Abstrak

Perancangan *re-branding* *Whatdevfaice clothing company* bertujuan merancang logo *brand* baru dan media promosi. Menggunakan metode analisis data 9 *P's* yaitu *Planning or Marketing Process, People/Target Market, Product, Price, Promotion, Place/Distribution, Partners, Presentation, Passion*. Proses visualisasi karya melalui tahapan *rough layout, comprehensive layout* dan *final design*. Instrumen yang digunakan berupa pensil, kertas, pulpen, komputer, *printer, scanner*, dan *software* desain berupa *Corel Draw X7, Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*. Hasil perancangan berupa konsep desain tema *pop modern* dengan mengambil *Lifestyle Graffiti* dan *Skateboarding* menggunakan warna merah serta hitam sebagai warna identitas. Jenis huruf sederhana dengan tingkat keterbacaan yang tinggi serta penambahan ilustrasi *halftone effect*, goresan kuas, *spray* dan deformasi batu bata sebagai latar belakang, diisi dengan warna merah dan hitam. Media perancangan *re-branding* *Whatdevfaice clothing company* berupa media utama dan media pendukung. Media utama meliputi logo dan *Graphic Standard Manual (GSM) Book*. Sedangkan media pendukung meliputi *Stationery Kit* berupa kartu nama, amplop dan kop surat. Media pendukung lainnya yang digunakan untuk promosi perusahaan menghasilkan label kertas, poster, *flyer, roll banner, billboard, branding mobil, pin, stiker, katalog produk, seragam, tumbler, voucher card* dan *member card*.

Kata kunci : *Re-Branding, Clothing, Whatdevfaice, Logo*

Abstract

The aim of Whatdevfaice clothing company's re-branding is to design a new brand logo and promotional media. Using 9 P's data analysis method, namely Planning or Marketing Process, People / Target Market, Product, Price, Promotion, Place / Distribution, Partners, Presentation, Passion. The process of visualizing works through the stages of rough layout, comprehensive layout and final design. Instruments used in the form of pencils, paper, pens, computers, printers, scanners, and design software in the form of Corel Draw X7, Adobe Photoshop and Adobe Illustrator. The results of a design concept modern pop theme by taking Lifestyle Graffiti and Skateboarding using red and black as the color of identity. Simple fonts with a high level of readability and additional illustrations of halftone effects, brush strokes, brick spray and deformation as a background, filled with red and black. Media design Whatdevfaice clothing company's re-branding are prime media and supporting media. The prime media includes the logo and Graphic Standard Manual (GSM) Book. Supporting media produced include Stationery Kit in the form of business cards, envelopes and letterhead. Other supporting media used for company promotion produce paper labels, posters, flyers, roll banners, billboards, car branding, pins, stickers, product catalogs, uniforms, tumblers, voucher cards and member cards

Keyword: Re-Branding, Clothing, Whatdevfaice, Logo

PENDAHULUAN

Industri *clothing* dikalangan anak muda merupakan salah satu contoh dari hasil perkembangan industri kreatif. Hal tersebut dapat diketahui bahwa perkembangan dunia *fashion* untuk menunjang gaya hidup anak muda sangat pesat serta menunjang eksistensi anak muda yang masih memiliki rasa untuk membuatnya lebih tampil beda.

Industri *clothing* atau lebih dikenal dengan *distro* merupakan bagian dari industri yang kebanyakan dipelopori oleh anak muda. *Distro* dikenal luas di kalangan anak muda zaman sekarang, dimana pakaian ataupun aksesoris distro memiliki nilai *prestige* yang tinggi, dengan *brand image* yang kuat juga. Hal ini menjadi penentu di kalangan muda untuk membeli dan menggunakan produk-produk dari sebuah *distro*. Whatdevfaice, merupakan salah satu dari sekian banyaknya *brand clothing* yang bersaing ketat di industri *clothing* sejak tahun 2008. Berbagai produk seperti kaos, jaket, *hoodie*, kemeja, tas dan topi untuk membuat *brand* tersebut tetap eksis dan memenuhi target pasar. Namun dalam perjalanan Whatdevfaice, di tahun 2017 akhir mengalami kendala yang lumayan krusial yang di sebabkan karena modal serta persaingan pasar. Hal tersebut berdampak pada penjualan produk yang semakin menurun dan kualitas produks barang menjadi berkurang.

Whatdevfaice memiliki identitas yang cukup jelas, terlihat dari logo yang masih digunakan sampai saat ini namun masih

berkesan kaku, kurang dinamis serta tidak adanya konsistensi pada media promosi dan pengaplikasian identitas visual. Membuat antara satu desain dengan desain yang lain tidak menjadi satu kesatuan.

Maka dari itu penting untuk memikirkan sebuah perancangan yang dapat memecahkan masalah *brand* Whatdevfaice *clothing company* saat ini. Caranya adalah dengan *re-branding* yaitu memberikan sebuah *brand* baru terhadap perusahaan, mampu memberikan *value* lebih terhadap suatu *brand* dengan konsep baru agar *brand* yang diciptakan mempunyai pembeda dengan yang kompetitor. Perlunya pembuatan *branding* untuk membangun citra harmonis antara *brand* dengan *target audience* anak muda mengambil gaya hidup *x-tream sport and urban art* seperti *graffiti* dan *skateboarding*. Menggunakan desain simpel dan *modern* dengan penerapan gaya visual *typhografi*, *layout*, ilustrasi serta warna.

Metode Perancangan

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis *9 P's*. *9 P's* adalah sebuah bagian yang terpenting dari strategi pemasaran. *9 P's* merupakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, barang, layanan untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan dengan individu ataupun organisasi. Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan

kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan seperti menciptakan, menawarkan, dan secara bebas dengan bertukar produk dan layanan yang bernilai dengan orang lain. (Kotler, Keller, '05). Sembilan variable dari 9 P's tersebut adalah *Planning or Marketing Process, People/Target Market, Product, Price, Promotion, Place/Distribution, Partners, Presentation, Passion.*

Tahap Pra Produksi

Observasi merupakan proses dasar dalam keseluruhan perancangan. Observasi bertujuan untuk mendapatkan data berupa teks maupun gambar untuk kepentingan *re-branding* Whatdevfaice *Clothing Company*.

Tahap Produksi

Setelah mendapatkan konsep, langkah selanjutnya adalah membuat alternatif sketsa kasar (*Rough Layout*).

Sketsa yang telah dibuat selanjutnya akan dipilih untuk disempurnakan menjadi *layout* lengkap (*Comprehensive Layout*). Sketsa yang sudah dipilih selanjutnya masuk pada proses digitalisasi menggunakan aplikasi grafis seperti *Corel Draw X7, Adobe Illustrator CC* dan *Photoshop CC* untuk menghasilkan *Final Design*.

Tahap Finishing

Tahap penyempurnaan dari hasil cetakan. Hasil akhir berupa karya yang sudah siap untuk dipublikasikan.

KONSEP PERANCANGAN

Perancangan *re-branding* Whatdevfaice *Clothing Company* berfokus pada upaya merubah dan mengganti atribut dasar merek yang diubah (*Re-defining*).

Penekanan tema desain *pop modern* ada pada ilustrasi dan komposisi warna seperti menggunakan warna primer merah, biru dan kuning. Dikombinasikan dengan warna netral seperti abu, hitam maupun putih serta warna sekunder oranye, ungu dan hijau bila nantinya memang akan sangat perlu dibutuhkan dalam media promosi. Pemilihan dua gaya hidup anak muda yaitu *graffiti* dan *skateboarding*. Terlihat dari berbagai produk Whatdevfaice yang membuat gaya desain di produk *T-Shirt* memakai gaya dan corak *graffiti character* serta gaya desain yang di kolaborasikan dengan dunia *skateboarding*.

Penyederhanaan bentuk mengacu pada prinsip *closure* merupakan bentuk yang tidak utuh namun bentuk tersebut tetap dapat dikenali oleh mata. Perancangan logo *brand* Whatdevfaice mengkombinasikan dua bentuk cat kaleng semprot atau *spray cans* yang di ambil dari unsur *graffiti* dan *skateboard* yang di ambil dari unsur *skateboarding*. Bentuk dideformasikan sesederhana mungkin untuk mencapai bentuk yang dapat dikombinasikan dengan konsep perancangan. Pemilihan huruf

yang berjenis *Sans Serif* seperti *Futura* dan *Painterz* dengan karakter tingkat keterbacaan baik. Jenis huruf tersebut memiliki anatomi huruf yang sederhana dan memiliki kesesuaian antara karakter huruf dengan tema desain.

Menggunakan ilustrasi yang menjadi ikon gambaran objek dari dua sisi *graffiti* dan *skateboarding*. ilustrasi *halftone effect*, goresan kuas, *spray* dan deformasi batu bata sebagai latar belakang, diisi dengan warna merah dan hitam.

Warna yang digunakan pada proses perancangan mengadopsi dari identitas visual *Whatdevfaice clothing company* yang lama, yaitu merah dan menambahkan warna baru berupa warna netral hitam dan putih sebagai warna penguat untuk logo.

Layout yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Frame Layout*. *Layout* jenis ini menekankan gaya yang menggunakan bingkai sebagai unsur utama desain.

VISUALISASI KARYA

1. Logo



Gambar 1 : *Final Design Logo*

Logo baru yang dibuat berjenis logo *gram* yaitu logo yang menggunakan bentuk ikon atau gambar yang merepresentasikan terhadap *theme style* perusahaan *Whatdevfaice Clothing Company*. Logo dibuat menggunakan nama

WHATDEVFAICE sebagai logo *type*. Selanjutnya logo *gram* diatas menggunakan nama perusahaan diambil dari bentuk huruf pertama nama perusahaan yaitu huruf "W". Merepresentasikan bentuk atau tema *graffiti* dan *skateboarding*. Logo baru mempunyai format dan keseimbangan yang sama dengan logo lama yaitu dengan format *landscape* dan keseimbangan simetris. Serta mempertahankan warna merah dan hitam.

Studi bentuk berdasarkan teori *gestalt* yang digunakan pada logo *gram* *Whatdevfaice* ini adalah prinsip *clousure* (ketertutupan) yaitu huruf "W" yang diambil dari nama depan perusahaan lalu disesuaikan dengan konsep tema *graffiti* dan *skateboard* dengan deformasi bentuk *spray cans* dan *skateboard*.

2. *Graphic Standart Manual (GSM) Book*



Gambar 2 : *Final Design GSM*

Ukuran : 14cmx21cm

Bahan : *Ivory* 250gr, Laminasi *Doff*

Sebagai buku pedoman acuan untuk menstandarisasi identitas dan menjaga

konsistensi identitas logo. Berisikan penerapan logo dan pengaplikasiannya di berbagai media. Berjumlah 20 halaman. Sampul menggunakan ilustrasi yang menjadi ikon gambaran objek *graffiti* dan *skateboarding* sebagai latar belakang dalam bingkai.

3. Kartu Nama



Gambar 3 : **Kartu Nama**

Ukuran : 4,5cm x 8 cm

Bahan : *Ivory 250gr, Laminasi Doff*

Kartu nama merupakan perangkat bisnis yang dapat bercerita, menunjukkan identitas dan image perusahaan, sekaligus membujuk orang yang menerimanya serta bisa menjembatani hubungan dengan orang yang baru kenal.

4. Amplop



Gambar 4 : **Amplop**

Ukuran : 10cm x 20cm

Bahan : *HVS 80gr*

Amplop merupakan satu kesatuan dengan kop surat dan tidak dapat dipisahkan. Amplop nantinya berfungsi untuk membungkus kertas

surat sebagai kebutuhan surat-menyurat. Dengan logo yang tercetak di Amplop, perusahaan akan terkesan profesional.

5. Kop Surat



Gambar 5 : **Kop Surat**

Ukuran : 10cm x 20cm

Bahan : *HVS 80gr*

Kop surat merupakan bagian dari surat resmi dan ditempatkan dibagian dalam Amplop. Logo dan informasi yang tertera pada surat resmi yang nantinya akan mewakili sebagai perusahaan yang terpercaya dan dapat membangun citra bisnis.

6. Label Kertas



Gambar 6 : **Label Kertas**

Ukuran : 4cm x 10cm

Bahan : *Ivory 250gr, Laminasi Doff*

Merupakan sebuah lebel berukuran kecil yang terbuat dari kertas tebal. berfungsi untuk memberikan informasi harga dan ukuran pada produk serta menjadi media promosi yang

efektif. Pemasangan label kertas ini akan di kaitkan dengan tali nylon tebal berwarna hitam pada produk yang telah jadi.

7. Poster



Gambar 7 : **Poster**

Ukuran : 29cm x 42cm

Bahan : Ivory 250gr

Poster berfungsi sebagai media iklan yang akan menampilkan berbagai informasi perusahaan dan program dari Whatdevfaice *clothing company*. Menggunakan berbagai gaya sesuai dengan konsep *brand* Whatdevfaice dan disesuaikan dengan *target audience*.

8. Flyer



Gambar 8 : **Flyer**

Ukuran : 14cm x 21cm

Bahan : Art Papper

Flyer memiliki informasi yang lebih jelas dan detail dalam penyampaiannya. *Flyer* diletakkan pada meja *front office* atau meja kasir, penyebaran *Flyer* bisa dengan menitipkan

dibeberapa *distro*, disebar saat pameran *distro clothing*, dan juga di tempat strategis.

9. Roll Banner



Gambar 9 : **Roll Banner**

Ukuran : 60cm x 160cm

Bahan : MMT Vinyl

Jenis *banner* yang penggunaannya ditarik dari bawah ke atas pada bagian *headernya*. Penggunaan media yang lebih efektif. *Banner* memuat tampilan promosi yang hampir sama seperti poster dan *flyer*, yang membedakannya adalah tampilan ukuran lebih memanjang.

10. Billboard



Gambar 10 : **Billboard**

Ukuran : 200cm x 150cm

Bahan : MMT Vinyl

media promosi *outdoor* berbentuk poster dengan ukuran yang lebih besar yang diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang. Berisikan informasi yang lugas dan tepat.

menampilkan berbagai informasi perusahaan dan program dari Whatdevfaice *clothing company*.

11. Branding Mobil



Gambar 11 : **Branding Mobil**

Ukuran : 4045mm x 1665mm x 1900mm

Bahan : *Sticker Vinyl*

media promosi yang menggunakan mobil dengan memanfaatkan stiker sebagai media pembentuk visual. Proses *branding* mobil dilakukan pada tubuh mobil bagian luar yang memiliki kontak langsung dengan pengguna jalan.

12. Seragam



Gambar 12 : **Seragam**

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combed 30s*

T-shirt yang dibuat khusus sesuai dengan identitas visual perusahaan. Seragam dikenakan oleh *shopkeeper* yang berada di toko selama bekerja ataupun saat berjaga *stand* dipameran

distro. Menggunakan logo dan bagian belakang kaos didesain menggunakan tulisan *SQUAD* menyimbolkan pasukan dari *brand* Whatdevfaice.

13. Pin



Gambar 13 : **Pin**

Ukuran : 5cm x 5cm

Bahan : *Sticker Vinyl*

Pin merupakan bagian dari aksesoris yang berbentuk lingkaran dengan peniti terpasang pada bagian belakangnya.

14. Stiker



Gambar 14 : **Stiker**

Ukuran : 4cm x 10cm

Bahan : *Sticker Vinyl*

Stiker adalah media promosi yang pengaplikasiannya ditempel pada sebuah obyek. Memakai desain logo baru dari Whatdevfaice *clothing company*.

15. Tumbler



Gambar 15 : *Tumbler*
Ukuran : 21cm x 15cm
Bahan : *Ivory* 250gr

Tumbler adalah botol air minum yang fleksibel serta bentuknya beraneka ragam. Dalam perancangan ini *tumbler* berfungsi sebagai *merchandise*.

16. Member Card



Gambar 16 : *Member Card*
Ukuran : 4,5cm x 8cm
Bahan : *Ivory* 310gr

Sebuah kartu yang dipakai untuk berbagai keperluan yang berhubungan dengan keanggotaan. Bersifat memberikan *benefit*, *exclusive*, dan *shopping privilege* terhadap konsumen.

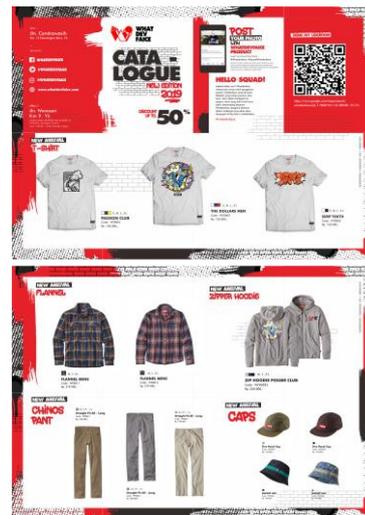
17. Voucher Card



Gambar 17 : *Voucher Card*
Ukuran : 4cm x 10cm
Bahan : *Ivory* 250gr

Voucher diskon ini adalah sebuah kartu yang digunakan untuk keperluan berbelanja. konsumen dapat mendapatkan kartu tersebut dalam acara yang diadakan oleh *brand* *Whatdevfaice*.

18. Katalog Produk



Gambar 18 : *Katalog Produk*
Ukuran : 29cm x 42cm
Bahan : *Art Paper*

Sarana bagi perusahaan untuk menyajikan secara rinci dan singkat tentang produk. Katalog berbentuk lipatan yang memudahkan konsumen dalam membawa dan melihat berbagai produk dari *Whatdevfaice Clothing Company*.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, pengumpulan dan analisis data serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu proses perancangan *re-branding* Whatdevfaice *Clothing Company* berfokus pada upaya merubah dan mengganti atribut dasar merek yang diubah (*Re-defining*).

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan logo dan media promosi adalah tema *pop modern* dengan mengambil *Lifestyle Graffiti* dan *Skateboarding*. Perancangan logo *brand* Whatdevfaice mengambil keterkaitan dengan kedua *Lifestyle* tersebut yang menghasilkan deformasi dari simbol *spray* (kaleng semprot) dan *skateboard* dengan menggunakan warna merah dan pemilihan jenis huruf *Futura* dan *Painterz* yang dipilih dengan tingkat keterbacaan dan ejaan yang tinggi, serta penambahan ilustrasi yang digunakan berupa ilustrasi *Halftone effect* serta penambahan visual goresan kuas, *spray* dan batu bata sebagai latar belakang dalam bingkai yang diisi dengan

warna merah dan hitam bertujuan untuk menguatkan tema tersebut.

Logo baru Whatdevfaice yang sudah dihasilkan akan di aplikasikan pada Media Utama (*Prime Media*) diantaranya *Graphic Standard Manual (GSM) Book* yang berfungsi sebagai acuan standarisasi logo baru tersebut. Sedangkan untuk Media Pendukung (*Supporting Media*) yang dihasilkan adalah *Stationery Kit* berupa Kartu nama, Amplop dan Kop surat. Media pendukung lainnya yang digunakan untuk promosi perusahaan menghasilkan label kertas, poster, *flyer*, *roll banner*, *billboard*, *branding* mobil, kartu nama, pin, stiker, katalog produk, seragam, *tumbler*, *voucher card* dan *member card*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Londre, Larry Steven. 2009. *Marketing, IMC, Advertising, Promotion, Media and More*. Los Angeles. Londre Marketing Consultants, LLC.