

PERANCANGAN VISUAL BRANDING UNTUK LILY SLEEPWEAR DI SURABAYA

Carolina Kumala¹, Bing Bedjo², Daniel Kurniawan S³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: carolinakumala@gmail.com

Abstrak

Lily Garment merupakan sebuah *home industry* pakaian tidur di Surabaya yang sudah berdiri sejak tahun 1999. Lily Garment mengeluarkan sebuah *brand* dengan nama Lily Sleepwear yang khusus menjual pakaian tidur dengan motif geometris. Produk yang dipasarkan oleh Lily Garment sudah menyebar ke berbagai kota di Indonesia. Namun karena Lily Sleepwear tidak memiliki *visual branding* untuk mereknya sendiri, maka konsumen yang bahkan memakai produknya tidak mengenali *brand* Lily Sleepwear. Dengan adanya perancangan *visual branding* untuk Lily Sleepwear diharapkan dapat menjadi penyampaian pesan maupun citranya kepada masyarakat. Sehingga *brand* Lily Sleepwear dapat dikenal, diingat dan menjadi pilihan masyarakat.

Kata kunci :

Visual Branding, Visual Brand Identity, Perancangan, Lily Sleepwear

Abstract

Lily Garment is a home-based sleepwear business in Surabaya that has been established since 1999. Lily Garment released a brand with the name of "Lily Sleepwear" that specializes in sleepwear with geometric motifs. Products by Lily Garment have been marketed to various cities in Indonesia. However, Lily Sleepwear does not have visual branding for its own brand, so consumers who wore their products do not recognize Lily Sleepwear brand. With the visual branding design for Lily Sleepwear, it's hope convey the messages and image of Lily Sleepwear to the public. So that Lily Sleepwear brand can be known, remembered and chosen by the community.

Keywords :

Visual Branding, Visual Brand Identity, Design, Lily Sleepwear

Pendahuluan

Pada masa sekarang ini terdapat banyak industri pakaian yang telah berkembang di Surabaya, khususnya untuk pakaian tidur. Banyaknya industri pakaian tidur mengakibatkan ketatnya persaingan yang terjadi. Pada dunia industri, pembangunan citra sendiri telah dianggap penting dikarenakan pembangunan citra *brand* akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan pandangan masyarakat terhadap produk tersebut.

Lily Garment adalah salah satu industri pakaian tidur khusus wanita di Surabaya yang telah berdiri sejak 1999. Produk Lily Garment merupakan produk dengan bahan kain lokal yang beredar luas di kalangan masyarakat yang berdomisili di area pulau

Jawa dan sekitarnya. Selama ini Lily Garment selalu membuat produk yang nantinya akan dijual oleh para *reseller* dengan menggunakan *brand* dari masing-masing *reseller* itu sendiri. Tanpa mengeluarkan *brand* dari Lily Garment, masyarakat maupun pembeli tidak pernah mengenal *brand* Lily Garment, ketika para *reseller* memberhentikan pengambilan barang, hal ini akan merugikan dan dapat menjadi ancaman bagi Lily Garment di kemudian hari.

Lily Garment mengeluarkan *brand* dengan nama Lily Sleepwear yang memiliki konsentrasi pada jenis kain katun lokal dengan motif geometris. Namun Lily Sleepwear tidak memiliki *visual branding* dalam bentuk apapun dan selalu mengeluarkan produk mereka dengan menggunakan *brand* dari orang lain, hal ini mengakibatkan produk Lily Sleepwear tidak memiliki identitas visual yang dapat membedakan

produknya dengan produk dari *brand* lain. Konsumen tidak memahami dan mengenal tentang produk yang ditawarkan oleh Lily Sleepwear.

Analisa Produk

Produk yang dibuat oleh Lily Sleepwear merupakan pakaian tidur khusus wanita dewasa yang terbuat dari bahan katun lokal dengan motif geometris. Berikut ini adalah hasil analisis dan informasi dari *brand* Lily Sleepwear :

Informasi produk :

- Nama *brand* : Lily Sleepwear
- Jenis produk : Pakaian tidur untuk wanita usia produktif
- Berdiri sejak tahun 1999
- Kualitas Produk :
 - A. Menggunakan bahan katun lokal dan rayon
 - B. Menggunakan *packaging* kertas polos sebagai lapisan luar dan plastik tranparan sebagai pembungkus dalam.
- Wanita usia produktif SES B - B+
- Letak toko : Surabaya timur, terletak di Rungkut Mapan Tengah III DC 1 Gununganyar
- Kegiatan dan Media Promosi : Membuat akun instagram dan melakukan penjualan via *online*, namun tidak berjalan lancar dikarenakan kurang aktif.

Analisis SWOT :

- *Stength*
 1. Mempunyai motif yang terfokus dan konsisten.
 2. Memiliki bahan yang ringan dan dingin yang cocok dengan masyarakat di Indonesia.
 3. Tidak memproduksi pakaian tidur secara massal sehingga tidak *mainstream*.
 4. Harga yang terjangkau dibandingkan dengan pakaian tidur *import* / yang berbahan dasar kain *import*.
- *Weakness*
 1. Kurang memiliki motif yang beragam.
 2. Hanya memiliki 2 jenis model pakaian tidur.
- *Opportunity*
Kegiatan *export import* sudah diperketat sejak akhir tahun 2017, sehingga banyak pedagang yang melakukan *import* secara tidak resmi harus merugi karena barang yang

diambil dari luar negeri tidak dapat masuk ke Indonesia sebelum melakukan pengurusan.

- *Threat*
 1. Pedagang di Indonesia banyak melakukan dan sudah biasa melakukan *export import*.
 2. Banyaknya penjualan pakaian tidur yang bertambah di Indonesia dan merambah penjualan pada sosial media.
 3. Keberanian beberapa penjual pakaian tidur untuk melakukan kegiatan promosi secara besar– besaran. (Seperti *endorsement*, iklan pada instagram dan lainnya).

Simpulan Masalah

Lily Sleepwear membutuhkan sebuah *visual branding* yang nantinya diharapkan dapat menjadi identitas yang mencerminkan *image* yang ingin dibentuk terhadap konsumen. *Visual branding* yang nanti dibuat akan disesuaikan dengan produk yang dijual, target dan pasaran yang disasar oleh Lily Sleepwear. Tanpa adanya bentuk visual seperti logo, *packaging* dan lainnya produk Lily Sleepwear tidak akan dikenali oleh masyarakat sehingga Lily Sleepwear tidak dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap *brand*. Lily Sleepwear sebelumnya juga tidak pernah melakukan promosi apapun, hal ini menjadikan Lily Sleepwear kalah dengan kompetitor lainnya yang gencar melakukan promosi pada sosial media maupun *offline*. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, Lily Sleepwear juga harus merambah sosial media. Selain untuk memperluas pemasaran masuknya Lily Sleepwear ke media sosial juga dapat memperluas target penjualan.

Konsep Perancangan

Tujuan Media

1. Logo : sebagai simbol dari *brand* Lily Sleepwear.
Menggunakan logo yang mencerminkan *image* dari Lily Sleepwear.
2. *Hangtag* : sebagai penanda pada produk.
Menggunakan *hangtag* dari Lily Sleepwear sebagai bukti dan menekankan bahwa produk tersebut merupakan *self-manufacture* dan menambah kepercayaan konsumen.
3. *Packaging* : sebagai pelindung sekaligus menambahkan unsur estetika.

Menggunakan *packaging* yang menarik karena selain untuk melindungi juga untuk membuat konsumen puas dan senang akan *service* yang diberikan sehingga tidak membuat konsumen berpikir bahwa Lily Sleepwear merupakan *brand* asal-asalan.

4. *Sticker* pengiriman : sebagai tempat penulisan informasi pengiriman. *Sticker* pengiriman akan dibuat dengan kata-kata yang komunikatif, seakan untuk sebuah hadiah, hal ini dilakukan untuk memberikan konsumen perasaan *personalized* dan spesial.
5. Desain sosial media : sosial media yang digunakan adalah *instagram*. Desain ini nantinya dipakai sebagai bentuk promosi di *instagram*.
Menampilkan *feeds* yang *informative*, jelas dan berkonsep untuk menarik minat konsumen dan membangun kepercayaan pada *brand*.
6. Foto produk dengan konsep yang sesuai : sebagai media katalog pendukung pada sosial media.
Memberikan foto produk dalam 2 bentuk yaitu *lookbook* dan katalog. *Lookbook* diperuntukkan sebagai foto untuk promosi agar lebih menarik sedangkan katalog untuk kejelasan motif dan bentuk produk agar konsumen dapat mengetahui semua motif yang ditawarkan.
7. Nota pembelian : sebagai media pendukung pada pembelian secara langsung. Nota yang digunakan untuk memudahkan pembelian secara langsung didesain sedemikian rupa agar tidak terlihat polos dan dapat menunjukkan *image* dari Lily Sleepwear.
8. Kartu nama : sebagai media untuk pendukung untuk pengenalan, promosi, dan pengingat untuk *target audience*.

Identitas yang Ingin Ditojalkan

Dari hasil analisa USP (*Unique Selling Point*) yang telah dilakukan melalui cara SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat*) telah diketahui bahwa Lily Sleepwear merupakan sebuah *garment* yang membuat pakaian tidur dengan bahan dasar kain katun lokal dan pembuatan *self manufacture* yang fokus dengan motif geometris. Bagaimana hal tersebut dapat menjadi USP ?

1. Masyarakat Indonesia yang memiliki jenis iklim tropis yang cenderung panas, menginginkan jenis pakaian tidur yang membuat mereka nyaman dengan jenis kain yang dingin, ringan dan ketebalan yang pas.

Katun lokal memiliki jenis kain dengan ketebalan yang pas, tidak transparan namun juga tidak terlalu tebal sehingga dapat membuat bahan menjadi terasa kaku dan panas. Selain itu karena ketebalan yang pas maka kain tersebut akan terasa lebih ringan.

2. Budaya masyarakat Indonesia yang tidak memperbolehkan wanita untuk menggunakan pakaian yang terbuka menyebabkan masyarakat tidak terlalu suka atau bahkan tidak nyaman dengan bentuk pakaian yang terlalu terbuka.
3. Bahan lokal yang digunakan oleh produk Lily Sleepwear dapat menjadi sarana penunjang penggunaan produk dalam negeri. Selain itu dengan penggunaan kain lokal dengan harga yang lebih murah daripada kain *import*, hal ini menjadikan harga jual dari Lily Sleepwear menjadi lebih terjangkau daripada produk milik brand lain yang berbahan dasar produk import. Biaya *import* juga menambah beban pada biaya penjualan produknya nanti.

Big Idea

Tema pokok perancangan diangkat dari USP dari Lily Sleepwear dengan penggabungan dengan insight yang ditemukan pada analisis dari *target audience*, Lily Sleepwear memiliki bahan yang nyaman membuat produknya menjadi sebuah kesenangan tersendiri untuk memikat *target audience*. Dari hal tersebut dipadukan dengan hasil analisis target audience maka tema yang diangkat adalah “*treat yourself with a beautiful cosiness*”

What To Say

Ingin menunjukkan kepada *target audience* bahwa produk dari Lily Sleepwear adalah sebuah produk spesial yang dapat menjadi sebuah “*special treat*” dari dan untuk *target audience* karena kelebihan – kelebihan yang dimiliki produk Lily Sleepwear.

How To Say

- Logo : Menggunakan desain *signature* untuk logo, hal ini sengaja dilakukan untuk menambah kesan *handmade* dan *personalize* agar *target audience* merasa bahwa produk tersebut spesial untuk mereka dengan menjamin kenyamanan produk dari Lily Sleepwear untuk *customer*.
- *Hangtag* : Menggunakan desain potongan persegi panjang yang disertai logo dan bertuliskan “*Thank you for letting us made a pajamas for you, here the cosiness for you*” untuk menunjukkan bahwa produk ini seakan memang

dibuat untuk mereka dan di sini ditekankan tentang “*cosiness*” yang ingin ditunjukkan.

- *Sticker* pengiriman : Menggunakan desain potongan persegi panjang di sertai logo dan format pengiriman yang telah diketik agar rapi, namun tetap menggunakan tulisan tangan untuk penulisan pada isi untuk menambahkan kesan *handmade* dan terlihat lebih personal.
- *Packaging* : Menggunakan *packaging* berbentuk persegi dengan menggunakan bahan *plastic* untuk keamanan produk dan keindahan penampilan *packaging* (tidak mudah terlipat-lipat seperti kertas) dan mudah dibawa.
- Foto produk : Menggunakan foto *lookbook* dengan konsep “*cosiness*” yang sesuai dengan warna utama yang digunakan *brand* Lily Sleepwear, sehingga *cosiness* yang ingin disampaikan dapat terlihat dalam foto *lookbook* yang ada.
- Nota pembelian : Menggunakan cetak warna *full color* yang dimiliki Lily Sleepwear agar tidak terlihat terlalu polos dan lebih indah. Nota pembelian menggunakan kata-kata yang lebih personal seperti “*thank you for let us made pajamas for you, let the cosiness wrap you in a beauty*”
- Kartu nama : sebagai media untuk pendukung untuk pengenalan, promosi, dan pengingat untuk *target audience*. Image dari Lily Sleepwear diterapkan pada warna feminim dan kata-kata seperti “*Here’s your pajamas-to-be, grab your cosiness soon*” agar terkesan seperti mereka telah dibuatkan pakaian tidur yang nyaman di Lily Sleepwear. Kartu nama Lily Sleepwear nantinya juga dilengkapi dengan sebuah foto produk agar *target audience* dapat dengan mudah mengingat produk Lily Sleepwear.

Citra visual yang Ingin Ditampilkan

- *Feminime* : produk yang dimiliki oleh Lily Sleepwear memang dikhususkan untuk wanita, maka saya mengambil kesan feminim untuk memperkuat identitas produk yang dijual.
- *Sophisticated* : motif yang dimiliki oleh Lily Sleepwear adalah model geometris yang merupakan merupakan salah satu *fashion* yang *timeless* dan termasuk dalam gaya modern.
- *Cosiness* : untuk menunjukkan secara tidak langsung keunggulan bahan yang digunakan oleh produk Lily Sleepwear.

Strategi Desain

Salah satu USP yang dimiliki Lily Sleepwear adalah konsisten dengan motif geometris, maka dari itu elemen desain yang digunakan adalah bentuk geometris.



Sumber :

<https://id.pinterest.com/pin/305259680985779421/>

Gambar 1. Referensi bentuk geometris

Selain itu untuk membangun kesan *handmade* dan *cosiness* maka digunakan unsur *signature-handwriting* pada desain.



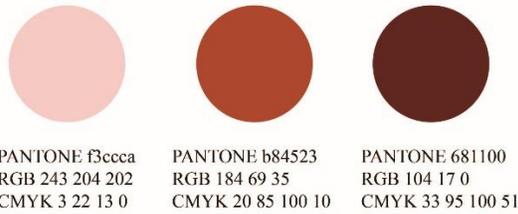
Sumber : https://id.pinterest.com/pin/AZ51z01OZ-UByin_erO8jOv2M2I7NJ42c3y_797ACz43UWcz1YmZQ0o/

Gambar 2. Referensi penggunaan Signature-handwriting pada font

Sedangkan untuk membangun citra *feminime* digunakan warna-warna yang mendukung.

Proses Desain

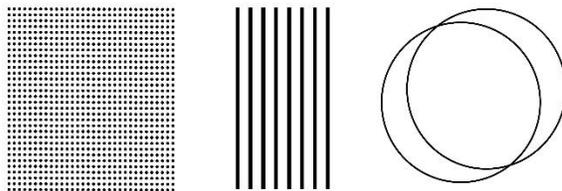
Penerapan Warna



Gambar 3. Pallet warna brand Lily Sleepwear

Warna utama dari brand Lily Sleepwear adalah warna pink muda untuk bidang luas, merah untuk *logotype* dan *text*, warna merah tua digunakan pada *background* gelap. Kombinasi warna ini digunakan untuk menimbulkan kesan feminim. Walaupun terkesan feminin, dengan sentuhan warna merah terang kesan yang ditimbulkan tidak terlalu pucat namun juga cerah.

Elemen Desain



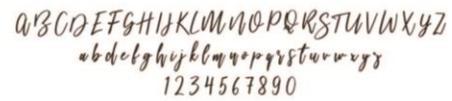
Gambar 4. Elemen grafis brand Lily Sleepwear

Dasar dari perancangan elemen desain dari brand Lily Sleepwear adalah motif yang dimiliki brand Lily Sleepwear itu sendiri. Motif geometris digunakan untuk menampilkan secara langsung dan menonjolkan salah satu USP dari brand Lily Sleepwear.

Penggunaan Typeface

Typeface yang digunakan adalah Beautiful bloom dan Moon. Untuk *typeface* beautiful bloom digunakan untuk menimbulkan kesan *signature-handwriting* yang nantinya diharapkan akan menimbulkan kesan handmade pada produk Lily Sleepwear

Sedangkan untuk *typeface* Moon digunakan untuk *font* pendukung pada logo, jenis *font* sans serif sengaja digunakan untuk menambah tingkat keterbacaan yang lebih tinggi dan untuk beberapa tulisan yang akan digunakan untuk kebutuhan yang formal.



Beautiful Bloom



Moon

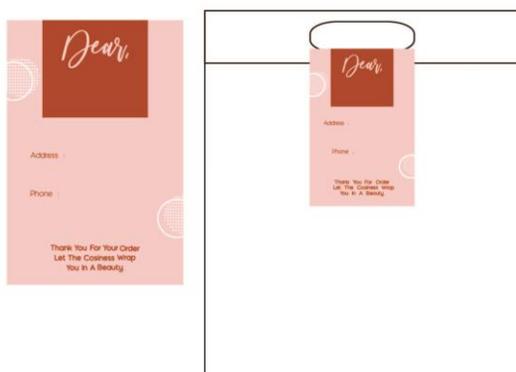
Gambar 5. Typeface yang digunakan Lily Sleepwear

Logo



Gambar 6. Thumbnail logo Lily Sleepwear





Gambar 9. Sticker pengiriman Lily Sleepwear dan pengaplikasiannya

Sticker pengiriman yang digunakan Lily Sleepwear menggunakan warna dan *typeface* yang telah ditentukan. *Sticker* dicetak dengan menggunakan kertas *sticker HVS* yang nantinya akan memudahkan penulisan alamat dan informasi lainnya. *Sticker* pengiriman dibuat dengan ukuran yang pas untuk menutupi bagian plong dari *packaging* agar dapat dijadikan segel pada *packaging*.



Gambar 10. Packaging Lily Sleepwear

Packaging yang digunakan adalah jenis *plastic ziplock* plong. Plastik ini dipilih agar memudahkan proses pengemasan produk untuk dikirimkan karena memiliki *ziplock* maupun untuk pembelian secara langsung karena memiliki bagian plong sehingga mudah dibawa.



Gambar 11. Konten sosial media Lily Sleepwear

Konten sosial media Lily Sleepwear berisikan foto produk Lily Sleepwear dengan model katalog (terlihat jelas model pakaian yang sedang digunakan) dan dengan model *lookbook* (detail tidak terlalu terlihat jelas namun digunakan agar foto produk tidak terlihat membosankan dan monoton)

PENUTUP

Kesimpulan

Atas permasalahan yang dimiliki oleh Lily Sleepwear maka perancangan *visual branding* untuk Lily Sleepwear merupakan jawaban yang tepat. Perancangan *visual branding* yang dilakukan untuk Lily Sleepwear meliputi perancangan *hangtag*, kartu nama, *packaging*, *sticker* pengiriman, desain untuk *instagram* dan nota pengiriman. Dengan adanya *visual branding*, Lily Sleepwear dapat mencerminkan dan menyampaikan pesan maupun citranya kepada masyarakat. Sehingga *brand* Lily Sleepwear dapat dikenal, diingat dan disukai oleh masyarakat.

Saran

Pada era digital ini *endorsement* dan *paid promote* di media sosial sangat berperan penting pada popularitas suatu brand di mata masyarakat yang aktif di sosial media. *Endorsement* dapat berdampak Untuk Lily Sleepwear dapat lebih dikenal dan disukai oleh masyarakat, Lily Sleepwear harus berani untuk melakukan beberapa tindakan promosi seperti *endorsement* dan *paid promote*. Sedangkan untuk produk, Lily Sleepwear harus tetap dapat menjaga konsistensi harga, model dan kualitas dari produk yang mereka produksi.

Daftar Pustaka

Agus, W. S. (2005). *Effective branding : konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. Bandung: Mizan Media.

- Carter, D. E. (1976). *Corporate identity manuals*. New York: Art Directions Book Company.
- Cenadi, C. S. (1999). Corporate identity, sejarah dan aplikasinya. *NIRMANA Vol. 1, No. 2*, 71-78.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *NIRMANA Vol. 2, No. 1*, 92 - 103.
- Freddy, R. (2002). *The power of brands* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lip, E. (1995). *The design & feng shui of logos, trademarks & signboards*. Singapore: Simon & Schuster.
- Rustan, S. (2011). *Huruf font tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi desain grafis untuk periklanan dilengkapi sampel iklan terbaik kelas dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Thomas, G. (2000). *How to design logos, symbols & icons*. East Galbraith Road, Cincinnati, Ohio: How Design Books, an imprint of F & W Publications, Inc.