

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Anak – anak di usia remaja awal sudah memiliki kemampuan keterampilan, namun terkadang kemampuan ini kurang dikembangkan di bangku pendidikan formal atau di sekolah. Pendidikan formal lebih memperhatikan aspek aspek kognitif dibandingkan dengan kemampuan anak dalam hal keterampilan.

LPK Yani merupakan salah satu wadah yang mampu menampung anak – anak yang ingin mengembangkan kemampuan di bidang tata busana. Bapak Somariya, sang pendiri berkeinginan untuk menampung anak anak yang memiliki minat pada bidang tata busana. Beliau memiliki keinginan agar anak – anak mengisi waktu luang dan waktu liburan tidak hanya dengan bermain, namun memanfaatkan waktu tersebut untuk mengembangkan diri di bidang keterampilan, khususnya bidang tata busana.

Pendidikan tata busana yang mumpuni membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Tidak semua kalangan mampu menempuh pendidikan fashion yang tinggi. Kursus dapat menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan kemampuan fashion yang dibutuhkan oleh kalangan yang tidak mampu menempuh pendidikan fashion yang tinggi.

LPK Yani merupakan Lembaga Pelatihan Keterampilan yang telah diakui oleh pemerintah dan biayanya relatif terjangkau. Namun LPK Yani belum memiliki branding yang baik sehingga tidak menarik bagi kalangan anak muda. Maka dari itu, topik ini dirasa sesuai untuk menjadi topik tugas akhir karena masalah yang ingin diangkat dan ingin diperbaiki oleh penulis dapat dilakukan melalui bidang keilmuan desain komunikasi visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

- Bagaimana bentuk rancang dan konsep branding yang sesuai dan menarik agar LPK Yani dapat diterima dan dipahami oleh kalangan anak muda secara tepat dan efektif.
- Penetapan media apa saja yang tepat dan sesuai untuk branding LPK Yani.

1.2.2 Ruang lingkup

- Rancangan branding dilakukan untuk Lembaga Kursus Pelatihan dan Yani yang berpusat di Kota Bandung.
- Rancangan dibuat untuk menarik kalangan anak muda yang berminat pada bidang industri kreatif fashion.
- Kalangan anak muda yang ditargetkan adalah pria dan wanita yang berusia 12-18 tahun
- Warna yang tidak boleh dihilangkan dalam *rebranding* ini adalah warna kuning dan merah, karena sudah melekat di masyarakat sebagai ciri khas LPK Yani berdasarkan amanat dari Bapak Somariya selaku mandiri dan pemilik LPK Yani

1.3 Tujuan Perancangan

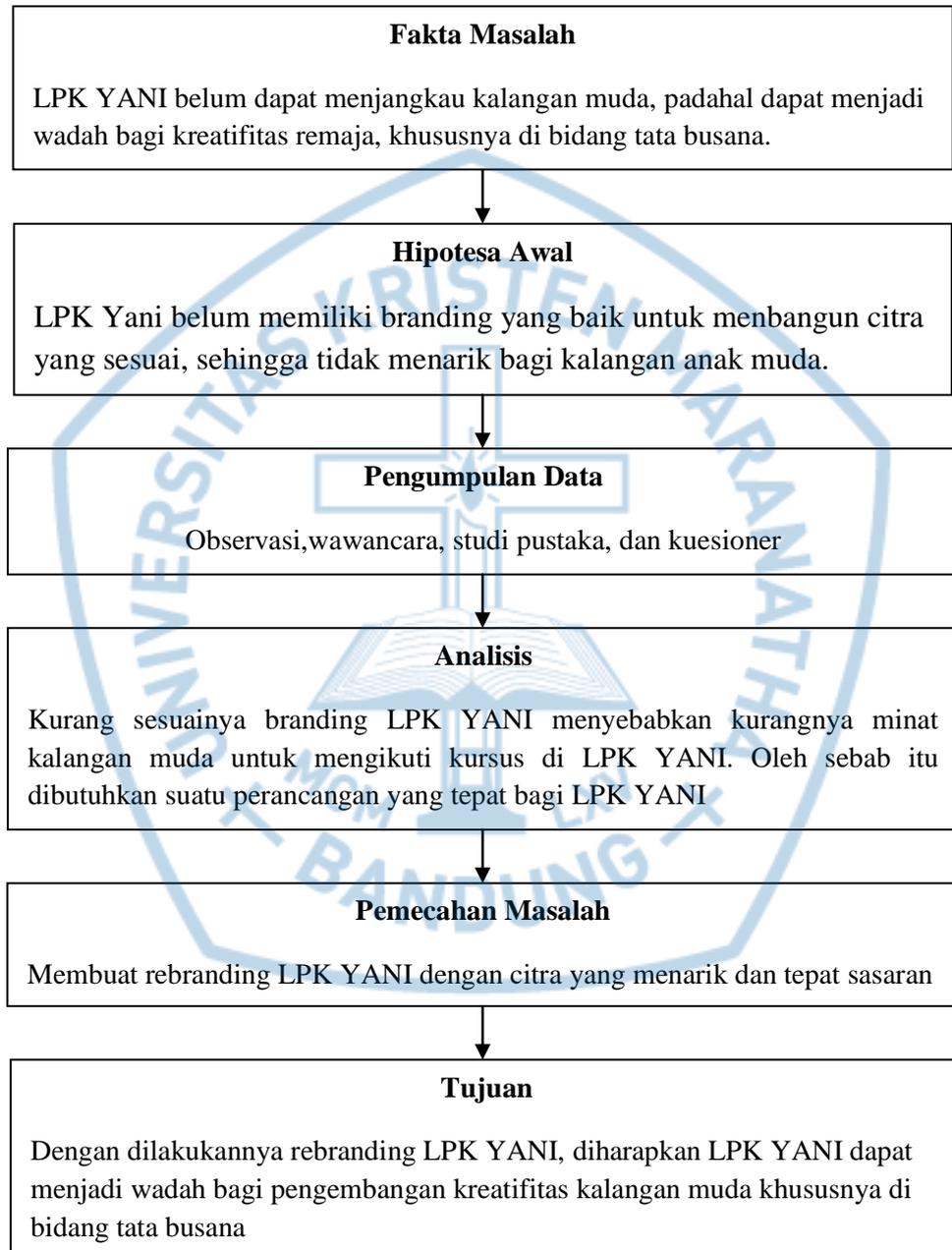
- Membuat bentuk rancang dan konsep branding yang sesuai dan menarik agar LPK Yani dapat diterima dan dipahami oleh kalangan anak muda secara tepat dan efektif.
- Menetapkan media yang tepat dan sesuai untuk branding LPK Yani.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara (penulis mencari informasi kepada narasumber)
- Observasi (penulis mendatangi dan melakukan observasi ke LPK YANI pusat)

- Studi pustaka (beberapa literatur didapatkan penulis dari beberapa perpustakaan dan media komunikasi seperti media cetak dan media online)
- Survei (penulis melakukan survei kepada beberapa responden bagaimana pendapat responden akan hal yang diteliti ini)

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

(Sumber : Dokumentasi Penulis)