

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wanita adalah sebuah karya terindah Tuhan yang penuh dengan pesona sepanjang waktu. Kecantikan seorang wanita terpancar bukan dari parasnya yang ayu namun juga inner beauty yang terdapat di dalamnya, namun tidak dipungkiri pertama kali mata memandang sebelumnya melihat inner beauty akan tertuju pada penampilan dan juga kecantikan tubuh.

Ada banyak cara maupun produk yang tersedia bagi para wanita yang ingin merawat serta mempercantik tubuh, mulai dari perawatan alami dan tradisional sampai operasi plastik.

Setiap wanita pasti ingin tampil cantik untuk itu dibutuhkan kulit yang sehat. Seperti kanvas kalau bersih mau dilukis apa saja pasti hasilnya bagus. Inilah yang melatari dr. Esther Pertiwi mendirikan Esther Beauty clinique and Slimming Center.

Esther House of Beauty menawarkan perawatan kulit dari kepala hingga ujung kaki, untuk wanita maupun pria, untuk tua maupun muda. Pada awalnya dr. Esther Srie Pertiwiningsih mendirikan klinik kecantikan menggunakan nama Esther Beauty Clinique and Slimming Center. Seiring dengan perkembangan usaha dan jenis pelayanan perawatan kecantikan yang ditawarkan, maka nama tersebut berubah menjadi “ Esther House of Beauty ” dan mengusung motto *Pioneer in Herbal Treatment* dimana saat itu klinik Esther memang merupakan klinik kecantikan pertama di Indonesia yang menggunakan bahan alami (herbal).

Perkembangan teknologi yang pesat di dunia kecantikan mendorong Esther House of Beauty kembali membuat terobosan pada konsep perawatannya yaitu pelayanan perawatan estetika medis.

Dengan memadukan bahan baku alami (herbal treatment) dan teknologi modern (oleh Esther House of Beauty dikenal Advance Aesthetic Therapy) yang keduanya dirancang sedemikian rupa sehingga mampu mengobati, merawat sekaligus menjaga kulit kita agar tetap sehat dan tentu saja pada akhirnya akan

memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal inilah yang membuat Esther House of Beauty tetap eksis dan menjadi salah satu klinik kecantikan terkemuka di Surabaya.

Sayangnya inovasi ini tidak diikuti dengan perubahan yang sesuai untuk logonya sendiri, dan perubahan yang dilakukan sejauh ini hanyalah berkisar pada perubahan warna pada logogram dan logotypenya.

1.2. Permasalahan

1.2.1 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan berbagai macam masalah yaitu :

1. Logo yang digunakan saat ini belum mewakili konsep perawatan yang diterapkan di Esther House of Beauty.
2. Tidak adanya standarisasi warna Logo.
3. Tidak adanya standarisasi penempatan / penataan logo.

1.2.2 Batasan Permasalahan

Untuk lebih spesifik penulis membuat batasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Hanya meredesign logo type dan logogram Esther House of Beauty agar sesuai dengan konsep yang ada, dan segmen pasar yang dimiliki Esther House of Beauty.
2. Hanya membuat standarisasi warna untuk logo Esther House of Beauty.
3. Hanya membuat standarisasi penempatan logo Esther House of Beauty.

1.3 Maksud dan Tujuan

1. Bagi Mahasiswa
Memenuhi tugas karya ilmiah Desain Komunikasi Visual II Stikom Surabaya.

2. Bagi Perusahaan

Menampilkan *image* Esther House of Beauty sebagai klinik kecantikan berbasis teknologi canggih, namun tetap menggunakan bahan alami/herbal dan tindakan medis.

3. Bagi Konsumen Agar masyarakat khususnya masyarakat awam lebih mengenal Esther House of Beauty.

1.4 Alur Pemikiran

Berikut adalah alur pemikiran penulis akan penelitian redesain logo Esther House of Beauty.

Bagan 1. 1 Skema Alur Pemikiran

