

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang ditujukan untuk memunculkan varian rasa yang memiliki keunikan dan berkaitan dengan Informasi pada daftar menu donat madu yang meliputi berbagai hal yaitu :

III.1.1 Pendekatan komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah usaha untuk memudahkan pengertian kedalam sebuah ide yang dituangkan atau informasi dari narasumber kepada orang yang dituju. Definisi yang ingin diberikan kepada masyarakat berupa penyampaian informasi mengenai lokasi Donat Madu Cihanjuang yang banyak sekali varian rasa sebagai suatu produk yang pernah ada. Hal ini dapat disampaikan melalui sebuah rancangan daftar menu yang lebih menarik melewati banyak pertimbangan dalam estetika perancangan daftar menu. Setiap varian rasa Donat Madu Cihanjuang memiliki potensi yang dapat bersaing sehat dengan berbagai ragam donat lainnya, karena donat madu memiliki perbedaan dalam varian rasa yang belum banyak dimiliki oleh produsen yang bergerak pada bidang donat. Sehingga konsumen dapat membedakan keunikan yang dimiliki Donat Madu Cihanjuang.

A. Materi Pesan:

- Menyampaikan kajian informasi varian rasa dengan daftar menu yang lebih baik untuk setiap konsumen.
- Menyampaikan suatu informasi keunggulan yaitu mempunyai madu dalam adonan donatnya
- Menyampaikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki toko Donat Madu Cihanjuang seperti halnya toko donat madu yang mempunyai semboyan mulailah dengan yang halal dan sehat, mempunyai izin dari Dinas Kesehatan Jawa Barat, Produknya yang tidak menyimpan hal yang berbahaya, mempunyai varian rasa dan banyak manfaat jika konsumen mengkonsumsi donat.
- Banyak hal keunikan dari varian rasa Donat Madu Cihanjuang yang mana donat madu mempunyai madu dalam adonan yang ada pada donatnya.

B. Tujuan Komunikasi Perancangan:

Tujuan dari komunikasi terdiri dari tiga, yaitu sebagai berikut:

- Menyampaikan pesan berupa visual pada varian rasa sehingga memberi informasi pada varian rasa tertentu
- Memberikan kesan keunikan dan kelebihan pada Donat Madu Cihanjuang
- Daftar menu memiliki identitas yang konsisten dengan media lain.

C. Tema atau Pesan Utama

Pesan yang disampaikan dalam perancangan daftar menu Donat Madu Cihanjuang yaitu memberikan informasi untuk konsumen Donat Madu Cihanjuang memberikan keunggulan bahwa Donat Madu Cihanjuang yaitu bebas dari bahan-bahan pengawet, mempunyai varian rasa yang halus dan lembut bahkan mengandung madu. Pendekatan komunikasi dapat ditarik kesimpulan menjadi dua hal merupakan:

D. Pendekatan Visual

Semua pesan utama dapat disampaikan dengan singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti oleh target sasaran melalui perancangan informasi visual. Perancangan informasi yang menggunakan unsur grafis semacam garis dan latar belakang desain akan terlihat lebih unik dan mudah dimengerti oleh konsumen. Ilustrasi dapat berfungsi sebagai gambaran nyata bila suatu perancangan informasi visual dapat disampaikan dengan baik, sehingga dapat memberikan kesan kepada konsumen. Salah satu yang akan digunakan sebagai media ilustrasi dalam perancangan informasi visual adalah dengan mengkombinasikan warna donat yang sesuai dengan varian rasa yang ada pada donat madu cihanjuang yaitu warna coklat, kuning, orange dan kuning emas pucat yang merupakan warna varian rasa dari daftar menu donat madu.

E. Pendekatan Media Sosial

Pendekatan media sosial ini digunakan dalam perancangan informasi yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan ilustrasi yang tepat sasaran dengan menggunakan aplikasi Instagram. Maka akan dilakukan perancangan informasi secara visual pada varian rasa dan daftar menu donat madu Cihanjuang, dengan menampilkan ilustrasi berupa foto-foto varian rasa dan daftar menu di Instagram serta *caption* sebagai bahasa yang dapat memberikan stimulus untuk konsumen. Hal ini dikarenakan tujuan perancangan desain agar mencapai target pemasaran pada kalangan remaja sampai dewasa. Donat Madu Cihanjuang dapat memberikan kesan berbeda dari donat-donat lainnya terutama dalam pendekatan media sosial yang digunakan dan rancangan informasi yang digunakan.

Pengertian dari *caption* yang diberikan adalah “Mulailah dengan yang halal dan sehat”. Kata sehat ini di angkat dari dalam donat madu yang mana isi dalam donat madu berisi madu yang sehat dan enak dan di harapkan konsumen akan terus berkelanjutan untuk mengkonsumsi Donat Madu Cihanjuang ini.

III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk menghasilkan rancangan daftar menu dan varian rasa Donat Madu Cihanjuang yang lebih bagus, perancangan daftar menu akan diselaraskan dengan sasaran pelanggan membuat strategi kreatif yang tepat dan yang pasti pas sesuai sasaran. *Caption Foto* berupa “Mulailah dengan yang halal dan sehat” kalimat ini dibuat untuk memberi kesan pada benak konsumen agar setiap melihat kata Halal, dan Sehat maka mereka akan mengingat Donat Madu Cihanjuang yang mempunyai rasa renyah serta rasa madu yang ada didalam donat madu tersebut dan memberi efek orang untuk tergoda untuk membeli karena kata “Halal, dan Sehat”. Semua hal ditargetkan karena konsumen mempunyai latar belakang menengah ke bawah pada ekonomi yang terbelang bukan orang kaya.

Dari varian rasa sendiri bisa dipilih nama jenis Donat Madu. Dari Varian rasa juga akan memunculkan sebuah ilustrasi lebah dan madu akan dijadikan sebagai visual varian rasa dan daftar menu donat madu. Hal tersebut dipakai sebagai ciri khas donat madu, alasan memakai Lebah dan Madu yaitu mewakili pesan perusahaan

yakni toko Donat Madu Cihanjuang juga akan memberikan ilustrasi lebah dan madu tersebut. Lebah dan madu yang mana ingin menyampaikan bahwa perusahaan Donat Madu Cihanjuang selalu menggunakan bahan bahan dengan kualitas terbaik untuk pembuatan donatnya.

III.1.3 Strategi Media

Media yang digunakan juga meliputi :

A. Media Utama

Rencana perancanganyang akan dijadikan sebagai media utama adalah dengan pembuatan daftar menu Donat Madu Cihanjuang dengan memasukan unsur foto sebagai pilihan dari varian rasa dan daftar menu produk Donat Madu sebagai Informasi kepada konsumen yang akan membeli atau berbelanja di Toko Donat Madu Cihanjuang

B. Media Pendukung

- X Banner

X banner juga suatu media dalam membantu usaha pertokoan dan memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi dari yang akan disampaikan terhadap daftar menu sebagai media utama adalah tentang varian rasa apa saja yang ada atau varian rasa yang populer dalam donat madu cihanjuang ini. Disampaikan dalam bentuk foto sebagai visual yang mudah dilihat

- Stiker

Stiker ini berguna sebagai media penunjang penyampai informasi secara cepat. Sticker Donat Madu Cihanjuang dapat berkesan bagi konsumen, sehingga memiliki ciri khas dan perbedaan dari toko donat lainnya.

- Nomor Meja

Nomor meja disini berfungsi sebagai penanda bagi konsumen yang akan membeli dan memakan donat di tempat secara langsung, di dalam nomor meja juga akan ditampilkan foto untuk menginformasikan setiap varian rasa yang ada pada dalam donat madu

- Brosur

Brosur juga memiliki peran yang penting dalam tahap promosi dengan memperkenalkan produk donat madu cihanjuang kepada masyarakat awam yang belum mengetahui apa itu Donat Madu Cihanjuang

- Poster

Poster berguna untuk menginformasikan ragam varian rasa yang ada Pada Donat Madu Cihanjuang, dan disini dibuat ke dalam media sosial.

- Kalender

Dalam pembuatan kalender, berfungsi untuk menjadi pengingat hari jadwal yang penting bagi yang suka melupakan hari, disini dikemas dalam bentuk yang menarik dengan menampilkan foto donat sebagai objek utama.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media dapat diluncurkan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan agar mendapat harapan sebagai penyaluran penjualan yang tepat pada pelanggan dapat langsung mendapatkan dan mengingat gambaran dari Menu Donat Madu Cihanjuang. Strategi distribusi akan dijelaskan pada Tabel III.1 berikut ini :

Tabel III.1 Strategi Distribusi
Sumber : Dokumen Pribadi

Media/Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Daftar Menu												
X-Banner												
Stiker												
Nomor Meja												

Poster												
Brosur												
Kalender												

Pada bulan Januari penyebaran perancangan informasi visual telah dilakukan dengan membuat media utama yaitu daftar menu. Melalui media utama itu penyebaran informasi mengenai varian rasa pada Donat Madu Cihanjuang sedikit berbeda dari sebelumnya, karena adanya ilustrasi foto yang lebih menarik konsumen. Hal itu juga menjadi terobosan baru pada bulan Juli mengenai konsep pengillustrasian atau penyebaran pada informasi visual oleh media pendukung yang dapat membantu penyampaian informasi kepada pelanggan bahwa akan ada peluncuran Daftar Menu dengan Ciri khas yang baru. Penyebaran informasi visual pendukung itu dengan membuat X Banner, nomor meja, poster, brosur dan kalender sebagai penunjang dari media promosi yang sebelumnya hanya menggunakan Instagram dan Facebook. Selain itu media pendukung yang selanjutnya adalah pembuatan sticker dilakukan sebagai penunjang media promosi pada bulan Agustus bersamaan dengan diluncurkan daftar menu yang baru. Pada bulan September ketika musim liburan sekolah pembaruan daftar menu disesuaikan dengan konsumen yaitu segmentasinya adalah anak-anak untuk memberikan kesan yang berbeda.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan pada perancangan informasi visual ini melalui beberapa tahapan mulai dari format desain, *layout* Menu, pembuatan ilustrasi, pemilihan *font* yang disesuaikan dengan warna varian rasa donat madu Cihanjuang. Hal itu akan dijelaskan pada sub-bab berikut ini:

III.2.1 Format Desain

Desain yang dirancang akan mengacu pada varian rasa dan terbentuklah format potret, simetris dan komposisi yang teratur memudahkan konsumen untuk

memahami konsep media utama (daftar menu) sehingga pesan yang ada pada media utama dapat disampaikan dengan baik. Elemen-elemen yang terdapat pada media utama berupa foto, logo perusahaan, tipografi dan Tagline.

III.2.2 Referensi Visual

Sebelum merancang sesuatu mau itu perencanaan informasi, komposisi layout dan elemen elemen penting dalam desain. Dibutuhkan referensi untuk membuka inspirasi yang disalurkan melalui improvisasi dari sketsa yang sudah dibuat. Berikut adalah Referensi Visual yang dimaksud :



Gambar III.1 Contoh Referensi daftar menu

Sumber : <https://depositphotos.com/111081616/stock-illustration--food-menu-.html//>
(Diakses pada 14 Agustus 2018)



Gambar III.2 Contoh Referensi Untuk X Banner

Sumber : // <http://pidpid.com/desain-iklan-restoran/>
(Diakses pada 14 Agustus 2018)



Gambar III.3 Contoh referensi pada brosur makanan

Sumber : <https://www.csforum.info/food-brochure-templates/>
(Diakses pada 14 Agustus 2018)



Gambar III.4 Contoh referensi pada Poster Donat

Sumber : <https://www.serbapromosi.co/food-and-beverages/20938-jco-donuts-promo-11th-anniversary-beli-2-lusin-cuma-rp-99000-periode-9-11-mei-2017//>
(Diakses pada 14 Agustus 2018)



Gambar III.5 Contoh referensi pada Kalender

Sumber : <https://www.sribu.com/id/calendar-design/contests/desain-kalender-2016-untuk-pt-primera-panca-dwima-56442e81f714f2b4d5000004/overview>
(Diakses pada 14 Agustus 2018)



Gambar III.6 Contoh referensi pada Nomor Meja

Sumber : <https://www.tokorestoran.com/shop/nomor-meja-kayu-untuk-food-court-dan-restoran/>

(Diakses pada 14 Agustus 2018)

III.2.3 Layout

Menurut Purwodarminto (2000 : hal 112) Layout adalah cara membuat tata letak dengan menggunakan serangkaian unsur-unsur yang telah ada pada setiap data seperti (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) yang tersusun dalam varian rasa donat madu cihanjuang dengan referensi *layout* yang sudah ada.



Gambar III.7 Contoh referensi pada Layout

[http://3.bp.blogspot.com/-](http://3.bp.blogspot.com/-Eq_y2klzhow/UsIX4HZQOXI/AAAAAAAAABP8/1vmQ5_azwWI/s640/IMG_5704.JPG)

[Eq_y2klzhow/UsIX4HZQOXI/AAAAAAAAABP8/1vmQ5_azwWI/s640/IMG_5704.JPG](http://3.bp.blogspot.com/-Eq_y2klzhow/UsIX4HZQOXI/AAAAAAAAABP8/1vmQ5_azwWI/s640/IMG_5704.JPG)

(Diakses pada 17 September 2018)

Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil mencolok dan memiliki kesan.



Gambar III.8 Sketsa Gambar Daftar Menu
Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.4 Tipografi

Menurut Kusrianto (2007), “Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak” (h.190). Huruf yang dibutuhkan dalam perancangan informasi donat madu cihanjuang kali ini adalah, font dengan sudut huruf yang tumpul tidak runcing dan cenderung lebih halus pada sudut-sudut hurufnya. Donat Madu Cihanjuang ini mempunyai ciri khas varian rasa yang unik dan berbeda dari toko donat lainnya. Alasan saya menggunakan jenis Tipografi ini karena donat berbentuk bulat maka tipografi harus berbentuk lembut dan tidak runcing. Berikut adalah font Tipografi yang akan dipakai untuk rancangan kali ini.



Gambar III.9 Contoh referensi pada Tipografi

http://lh6.ggpht.com/_iK5KBBzUY-A/s640/DONAT-copy.jpg/Contoh font donat pada seni tipografi/ (Diakses pada 17 September 2018)

- Sharkshock_konigsberg

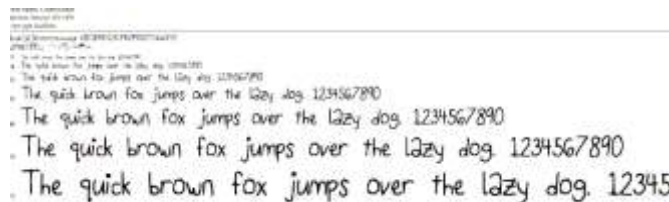
Font ini dirancang untuk memberi keterangan tempat, alamat, dan sehingga font yang digunakan harus tegas dan mudah dalam pembacaan. Font yang digunakan juga hasil Download dari situs font yang tidak berbayar



Gambar III. 10 Gambar jenis Tipografi yang akan dipakai

- Cream Donut

Font Cream Donut ini dirancang untuk membuat judul pada daftar menu, nama toko Donat Madu Cihanjuang dan keterangan harga pada donat.



Gambar III. 11 Gambar jenis Tipografi yang akan dipakai

- Donut Fun Font

Font Donut Fun ini dirancang untuk membuat keterangan pada foto varian rasa, dan nama pada setiap jenis varian rasa donat madu. Maka font yang digunakan harus terlihat jelas dan mudah dibaca



Gambar III. 12 Gambar jenis Tipografi yang akan dipakai

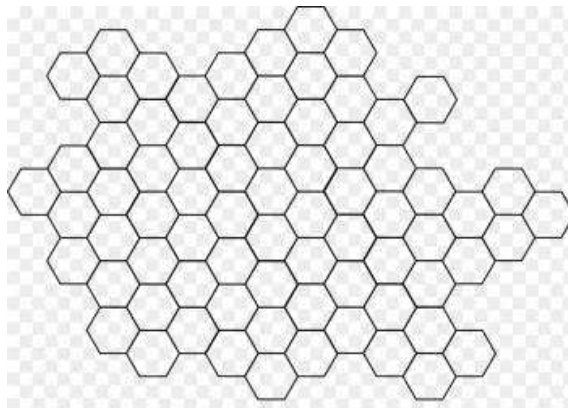
III.2.5 Ilustrasi

Kusrianto (2007) menjelaskan, “ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual” (h.140). Ilustrasi visual yang dibutuhkan dalam perancangan informasi disini ialah Lebah dan madu.



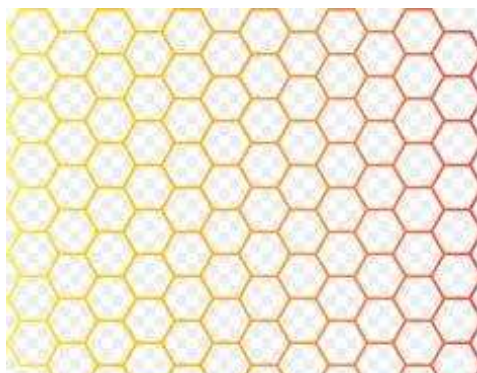
Gambar III.13 Referensi Ilustrasi Sarang Lebah

<http://id.gofreedownload.net/-250630/#.W56n3-gzbcc> *free-vector/vector-plant/honeycomb-background-colored-hexagon-design-leaf-bee-icons* (Diakses pada:17 September 2018)



Gambar III.14 Ilustrasi Sketsa awal sarang lebah

Ilustrasi aksesoris sarang lebah diatas dibikin pentagon agar terlihat seperti aslinya. Bentuk pentagon ini juga dipilih karena bentuk sarang lebah juga memang asli mempunyai bentuk pentagon pada nyatanya. Pembuatan elemen untuk sarang lebah ini akan diberi gradasi berwarna orange ini yaitu untuk mempertegas informasi yang akan disampaikan di sekitar layout daftar menu hal tersebut juga mengindahkan konsumen dalam melihat informasi yang tertera.



Gambar III.15 Ilustrasi elemen sarang lebah atas bawah dan samping
 Untuk foto donat yang disajikan dalam foto ini digunakan untuk media elemen Xbanner. Hal ini untuk menyampaikan pesan kepada konsumen bahwa donat madu bisa disajikan dengan hangat dan enak.



Gambar III.16 Ilustrasi Foto untuk Xbanner

Sumber : Dokumen Pribadi

Foto-foto ini akan digunakan sebagai menu utama, bertujuan untuk konsumen bisa melihat secara keseluruhan Varian jenis rasa yang dibuat oleh toko Donat Madu Cihanjuang. Foto donat ini akan dipusatkan sebagai focus utama karena merupakan produk unggulan dari Donat Madu Cihanjuang



Donat Madu Untuk Dewasa



Gambar III.17 Ilustrasi Foto untuk Daftar Menu

Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.6 Warna

Menurut Kusrianto (2007), “warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi” (h.46). Ilustrasi warna yang digunakan untuk perancangan daftar menu ini yaitu warna-warna yang memiliki kesan sama dengan donat dan varian rasa berwarna kuning dan orange untuk memberi kesan gurih pada setiap varian rasa dan dominasi warna coklat untuk memberi kesan rasa yang manis.



Gambar III.18 Referensi warna berdasarkan foto donat dan sarang madu

Sumber: Dokumen Pribadi

	#	C	M	Y	K
	f0813c	2	61	85	0
	eccf67	8	15	71	0
	d5751f	13	63	100	2
	e60059	4	100	49	0
	111411	74	83	55	73
	1c1100	9	0	98	0

Gambar III.19 Warna dari elemen, dan tipografi

Sumber : Dokumen Pribadi

Adapun alasan dari pemilihan warna coklat berdasarkan warna dari varian rasa yang ada pada donat madu cihanjuang yang selalu menjadi acuan pada varian rasa sedangkan untuk warna orange diambil dari arti penyampain pesan dari madu nya.