BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan untuk mencapai tujuan dari pesan yang yang akan disampaikan diperlukan sebuah strategi komunikasi sebagai bagian dari proses perancangan sebuah logo.

3.1.1.1 Pesan Utama

Dengan memperhatikan visi dan misi perusahaan ini menjadi bahan acuan untuk mengolah sebuah pesan yang akan disampaikan. Selain itu kegiatan perusahaan serta kemampuan produksi yang tinggi dapat menjadi pertimbangan untuk lebih menegaskan sebuah pesan. Sehingga dapat mudah dicerna oleh konsumen. Berdasarkan hal tersebut diatas pesan yang akan di sampaikan oleh perusahaan Farm 21 adalah :

“Sehat dan Segarnya Begitu Nyata”

Artinya melalui pesan tersebut, diharapkan dapat merubah citra perusahaan ke arah yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan prosuksi yang sekaligus meningkatkan pula profit perusahaan.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi untuk menyampaikan sebuah gagasan kreatif dibuat berdasarkan visi dan misi serta positioning. Sehingga dapat diolah menjadi beberapa kata kunci kata kunci yang terbentuk kedalam ide kreatif sebagai bahan acuan dalam proses perancangan logo adalah :

- Sehat - alami - sederhana
- Segar - bersih - jernih - fresh
- Nyata - real – benar- benar ada.

3.1.3 Strategi Media

Media – media yang dipilih adalah berdasarkan sifat dan kebutuhan perusahaan itu sendiri.

3.1.3.1 Stationery

Adalah media aplikasi yang merupakan kelengkapan administrasi perusahaan.

a. Kop surat
b. Amplop DL
c. Amplop C4
d. Kartu nama

Media – media diatas dipilih karena media tersebut sangat penting dalam berkomunikasi penting sekali bagi brand untuk ditampilkan secara konsisten.

3.1.3.2 Aplikasi Terhadap Properti

Adalah media aplikasi yang sifatnya lebih kedalam perusahaan itu sendiri :

a. Seragam kerja
b. Label
c. Kendaraan angkutan barang

Media diatas dipilih karena media tesebut sesuai dengan bidang perusahaan yaitu perusahaan pertanian organik

3.1.3.3 Gimmicks

Adalah media yang digunakan untuk memperkenalkan citra perusahaan, dan sifat pemakaiannya lebih keluar.

a. Sarung tangan

b. Topi

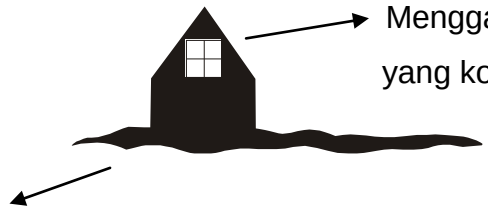
Media tersebut dipilih karena media tersebut sesuai dengan bidang perusahaan yaitu perusahaan pertanian organik.

3.2 Konsep Visual

Seperti yang sudah dibahas pada sub strategi kreatif, sehat, segar, nyata, akan menjadi acuan pengolahan bentuk visual dalam proses perancangan logo Farm 21. Material yang digunakan pada produk yang dihasilkan Farm 21 adalah sayuran. Hal ini menjadi pertimbangan Konsep Visual dalam usaha Perancangan Logo Farm 21. Bagaimana menggabungkan sifat tumbuhan yang alami, sehat, lembut, dengan bentuk rumah yang kokoh sehingga diperoleh bentukan yang dinamis.

3.2.1 Logogram

Pemilihan bentuk dasar logo mengambil dari bentuk rumah dan tumbuhan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memunculkan kesan perusahaan ini adalah perusahaan pertanian sesuai dengan tagline perusahaan.



Gambar 3.1. Ikon Perusahaan Farm 21

3.2.2 Tipografi

Jenis font yang dipilih adalah Bodoni MT Condensed dan Ravie yang berkarakter tegas, kokoh dengan factor keterbacaan yang baik. Sehingga tipografi sebagai unsur logo, tidak akan mengalami kerusakan ketika

dilakukan proses pengecilan (minimize).

Bodoni MT Condensed

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 + @ $ % ^ & * ( ) _ : ; / , .

Ravie

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789+@$%^&*()_::/,.

Farm21

Gambar 3.2. typography Perusahaan Farm 21

3.2.3 Warna

Warna yang digunakan dalam bentuk dasar, ikon dan tulisan (logotype) adalah berdasarkan kata kunci dan visualnya. Warna yang dipilih untuk bentuk rumah adalah merah, warna ini melambangkan energy dan keberanian. Dibawahnya terdapat bentuk tumbuhan dengan warna hijau, warna ini mencerminkan sehat, segar, dan alami. Dan untuk Logotype menggunakan warna Orange menunjukan warna yang hangat dan menekankan sebuah produk yang tidak mahal.

C0 m40 y100 k0
R239 G155 B17

c0 m97 y96 k0
R219 G47 B36

c67 m0 y82 k0
R41 G171 B94

3.3 Eksekusi Visual

3.3.1 Hasil Akhir Logo



Gambar 3.3. Hasil akhir logo

ikon	Keterkaitan warna, ikon dan Perusahaan
	Gambar rumah di ilustrasikan bahwa perusahaan ini adalah perusahaan Farm/Pertanian. Juga rumah menggambarkan sesuatu yang kokoh. Warna merah mencerminkan energy, keberanian, dan cinta. Sehingga diharapkan Perusahaan ini menjadi perusahaan yang kokoh, berenergi dan selalu dicintai oleh konsumennya.
	Gambar tumbuhan / ladang menggambarkan sesuatu yang alami. Warna hijau menggambarkan sesuatu yang alami, sehat, dan segar, sesuai dengan pesan utama perusahaan.
	Huruf Baskerville Old Face berkarakter tegas dan kokoh. Warna orange menandakan sesuatu yang hangat dan erat dan diharapkan dapat menciptakan hubungan baik antara Perusahaan dengan Konsumen.

Tabel 3.1 Penjabaran Visual Logo