BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari susu murni KPBS adalah kurangnya informasi kepada target sasaran yaitu anak sekolah dasar. Jadi disini penulis mencoba membuat media promosi tentang susu murni KPBS. Dengan membuat *icon* dan *tagline* baru, yang lebih bisa dapat di cerna oleh target sasaran.

3.2 Strategi Komunikasi

Secara umum komunikasi berarti penyampaian pesan atau informasi yang dilkaukan pleh seseorang kepada orang lain dalam hubungan sosial. Dalam strategi promosi yang dibuat oleh penulis adalah dengan cara mencari apa saja yang mereka sukai pada usia si target market ini. Agar informasi yang akan disampaikan dapat mudah dimengerti oleh target sasaran atau target market.

Strategi yang akan dilakukan yaitu membuat target sasaran atau audience melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visual yang menarik, namun bersifat faktual (mengacu pada fakta-fakta yang ada dan yang terjadi) juga dapat dimengerti target sasaran atau audience, dan yang paling penting adalah menyebarkan informasi pada tempat yang tepat.

Strategi komunikasi yang dilakukan, yaitu:

- Bagaimana caranya agar si anak bisa menjadi juara
- Menjadikan si anak yang kuat dan pintar

- menggunakan pendekatan bahasa dan visual secara persuasif (menyakinkan/mengajak), dan menggunakan gaya bahasa kiasan, perumpamaan dan melebih-lebihkan

3.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan promosi sebagai media informasi susu murni KPBS ini, tujuan komuikasi sangatlah penting agar media promosi yang di sampaikan dapat tepat kesasarang yang dituju.

Adapun tujuan perancangan promosi ini untuk mengatasi permasalahan yang ada pada susu murni KPBS antara lain :

- Untuk memberitahukan keunggulan yang ada pada susu murni KPBS
- Meningkatkan penjualan susu murni KPBS
- Mengurangi jumlah susu murni KPBS yang tidak habis terjual
- Mempromosikan susu murni KPBS ni di daerah pangalengan dan daerah terdekat lainnya.
- Menjadi daya tarik target market

3.2.2 Tema Dasar Komuniasi

Bahasa yang di gunakan sederhana singkat dan jelas. Penggunaan bahasa baku, sehari – hari dan sederhana agar target sasaran akan lebih mudah mengerti dan memahaminya. Dengan tema “JADI SUPER SEPANJANG HARI”

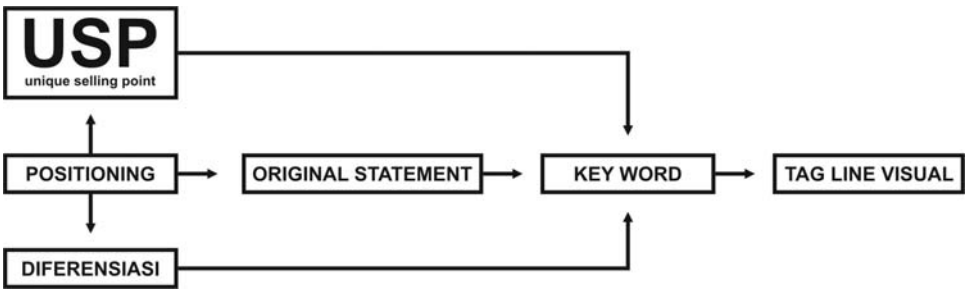
3.2.3 Positioning

Berawal dari sebuah pencarian keunikan susu murni KPBS (U.S.P). Karena pada hakekatnya strategi U.S.P ini mencari keunikan sebuah produk susu murni KPBS. Dari penganalisaan keunikan susu murni KPBS seperti:

- Berbeda dengan produk susu lainnya
- Menyediakan 3 varian rasa
- Tidak menggunakan bahan pengawet

Pada hakekatnya *positioning* merupakan sebuah janji kepada pelanggan dan bagaimana cara menempatkan brandnya di khalayak. Susu murni KPBS memposisikan dirinya sebagai **"JADI SUPER SEPANJANG HARI".** Dari penjelasan di atas maka penulis menarik kesimpulan (*original statement*) sebagai berikut :

1. Dapat menjadikan tubuh anak yang sehat
2. Menjaga kesehatan tubuh di mulai dari usia dini
3. Menjadikan konsumen selalu bersemangat dalam beraktifitas
4. Dapat selalu menciptakan sesuatu yang baru dengan penuh semangat



Gambar 3.1 Alur Berpikir Dalam Mencari Tag Line Visual

3.2.4 Pendekatan Bahasa

Bahasa yang digunakan sederhana, singkat dan jelas. Penggunaan bahasa baku dan sederhana agar target khalayak akan lebih mudah mengerti dan memahaminya. Untuk mencari kata kunci dalam perancangan promosi susu murni KPBS, maka penulis memilih salah satu *original statement* yang paling cocok untuk dijadikan sebuah kata kunci dan sub judul visual dengan pertimbangan dari keunikan susu murni KPBS (U.S.P), yaitu **"JADI SUPER SEPANJANG HARI"**.

3.3.5 Target Market

Untuk memilih masyarakat yang menjadi sasaran susu murni KPBS, maka penulis masih mempertahankan target sasaran yang telah dianalisa sebelumnya oleh penulis. Target sasaran terdiri dari target utama dan target kedua, dimana yang menjadi target kedua di luar lingkup dari target utama. Berikut adalah penjabaran dari target utama:

1. **Segmentasi**

   Primary : anak – anak umur 6 sampai 10 tahun usia ini termasuk kedalam usia yang memiliki suatu usaha dalam mewujudkan keinginan. Keinginan yang sangat kuat untuk menjadi juara baik di dalm lingkunan sekolah maupun di lingkungan bermain.

2. **Psikografis**

   Anak – anak yang suka bermain pada waktu siang hingga sore hari

3. **Geografis**

   Tinggal di daerah kabupaten Bandung

4. **Behavior (perilaku)**

   Anak – anak yang gemar bermain dan berolah raga seperti bermain sepak bola, dan bersepeda

5. **Sosial Ekonomi Status**

   golongan kelas sosial menengah

3.3 Strategi Kreatif

Dalam strategi kreatif ini penulis ingin mengenalkan karakter tokoh jagoan yang diangkat dari daerah jawa barat seperti Si Kabayan seorang yang pintar dan polos dalam menyelasaikan masalnya. Jujur dan penuh dengan tanggung jawab. yang memiliki karakteristik lucu, polos, namun memiliki kecerdasan yang sulit diduga. Khususnya Si Kabayan, sering digambarkan sebagai tokoh yang serbabisa. Yang di aplikasikan dari sapi menjadi super hero, hal ini dilakukan karena mengambil dari tagline “JADI SUPER SEPANJANG HARI“.

Maka penulis ingin menujukan dengan manfaat dari mengkonsumsi produk KPBS ini dapat menjadikan anak agar lebih semngat dalam berktifitas dan selalu ingin menjadi juara. Karekter ini di beri nama “MOO” nama itu diambill dari suara sapi nya sendiri, dan juga karena gampang diingat. Jika orang mendengar kata MOO pasti langsug berfikir ke sapi.

3.3.1 Strategi Verbal

Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan maupun visual yang digunakan dalam memperkenalkan susu murni KPBS meliputi : pembuatan *tag line* visual, dan pencarian gagasan visual, yaitu :

1. Pembuatan *Tag Line* Visual

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan *tag line* visual mulai dari pembuatan beberapa identitas produk positioning sehingga

mendapatkan empat identitas produk, kemudian untuk memilih salah satu identitas produk untuk dijadikan kata kunci atau sub judul visual dengan pertimbangan dari keunikan (U.S.P) dan diferensiasi yang menghasilkan kata **“JADI SUPER SEPANJANG HARI”**



Gambar 3.2 tagline

3.3.2 Strategi Visual

Pemilihan karakter pada anak – anak dalam visual yaitu berwajah riang dan jenaka agar berkaitan dengan maksud yang ingin dibuat. Dalam pemilihan ilustrasi beberapa anak – anak tersebut, dimaksudkan agar visual tersebut memperlihatkan ke khalayak bahwa anak - anak diartikan sebagai sesuatu yang masih muda, segar, keceriaan dan keinginan untuk berpetualang dan selalu ingin menjadi yang super dalam segala hal positif.

Maksud dari beberapa arti tersebut bahwa mengkonsumsi susu murni KPBS bukan hanya mengkonsumsi susu biasa tetapi menjadi minumaman yang dapat merangsang anak agar lebih giat dalam melakukan aktifitas dan dapat mencerderdaskan otak anak. Selain itu ditekan kan juga untuk menyukai prduk lokal.

Maka penulis.mengangkat karakter Kabayan, dipanggil Si Kabayan sebagai ungkapan keakraban dan kedekatan yang

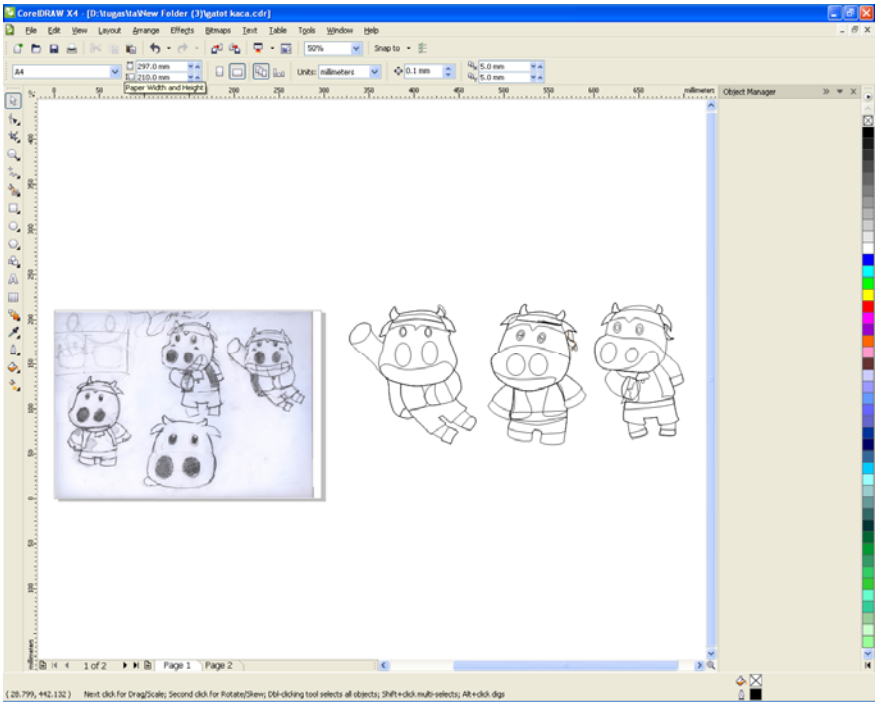
demikian menyatu dengan kehidupan fansnya. Nama dari cerita lucu yang hidup dalam tradisi masyarakat Sunda. Sulit untuk mencari orang Sunda yang tidak mengenal nama tokoh cerita ini. Sedemikian terkenalnya tokoh ini sehingga menutupi keterkenalan tokoh yang mengorbitkan nama tersebut. Bahkan, akhirnya nama yang mengorbitkan nama tersebut sama sekali tidak pernah dikenal.

Si Kabayan merupakan tokoh yang memiliki karakteristik yang unik, khususnya dalam imajinasi masyarakat Sunda. Tokoh ini digambarkan sebagai ketertarikan khalayak untuk mengkonsumsi susu murni KPBS ini adalah cara bagaimana sebuah media promosi ini terlihat menarik dan terlihat segar.
(Anonim, 2004)

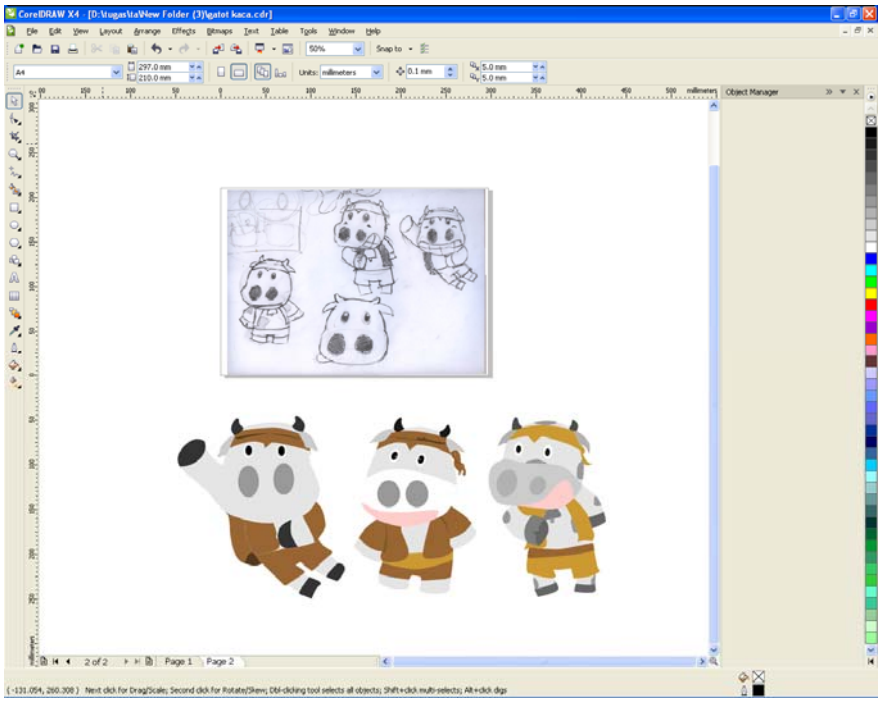
Visualisasi lainnya yaitu mengenai rasa dan manfaat yang ada untuk menyakinkan masyarakat bagaimana efek dari mengkonsumsi susu murni KPBS. Lalu icon langsung ditampilkan di bagian kanan bawah atau kiri bawah tergantung kebutuhan media yang dipakai.



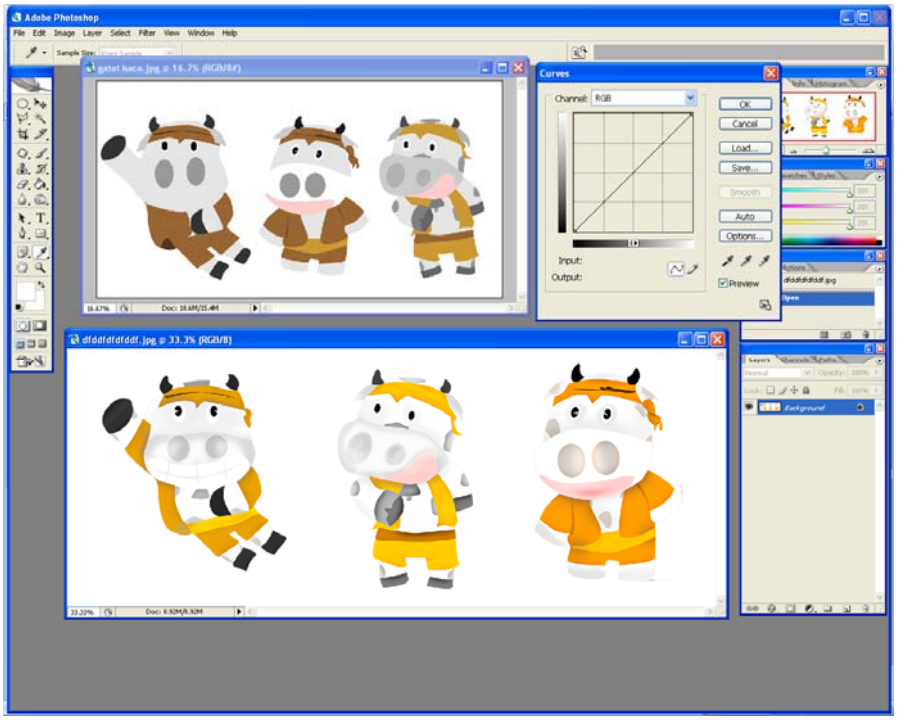
Gambar 3.3 gambar karakter



Gambar 3.4 tahap pembuatan karakter



Gambar 3.5 tahap pembuatan karakter

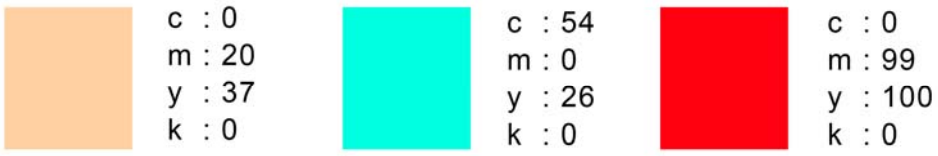


Gambar 3.6 tahap pembuatan karakter

- **Pendekatan Visual**

  Secara keseluruhan identitas visual yang akan ditampilkan pada promosi ini memadukan antara konsep *tag line* dengan pemilihan ilustrasi visual, yang meliputi :

  Warna, yang akan diterapkan pada perancangan media promosi susu murni KPBS, warna biru diambil dari warna yang menujukan sehat, serta untuk warna merah diambil dari warna yang menunjukan keberanian dan warna coklat diambil dari warna rasa susu itu sendiri



Gambar 3.7 warna

1. **Tata letak**, melihat target sasaran susu murni KPBS adalah anak - anak. Tujuan konsumen adalah untuk

kesehatan dan kesegaran maka keseluruhan tata letak yang dirancang pada setiap media dibuat berdasarkan pertimbangan target sasaran dan ingin dilihat lebih menarik oleh khalayak yaitu lebih menonjolkan manfaat dan kelebihan yang terkandung pada susu murni KPBS.



Gambar 3.8 Pembuatan tagline

2. **Tipografi** adalah seni dan teknik dalam merancang maupn menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak Jenis huruf yang akan digunakan untuk judul dan *tag line* visual menggunakan *milk cocoa* yang mempunyai keterbacaan jelas, padat, santai dan segar.

   (Kusrianto Adi. (2010) Pengantar Tipografi : definisi tipografi.)

   - *milk cocoa :*

ABCDEFHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!#$%^&*()_+?<>

jadi super sepanjang hari

4. Strategi Media

Setelah penulis merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang dibutuhkan penulis, bagaimana merancang strategi media komunikasi karena dalam menyapaikan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan oleh susu murni KPBS bisa dirasakan oleh target market.

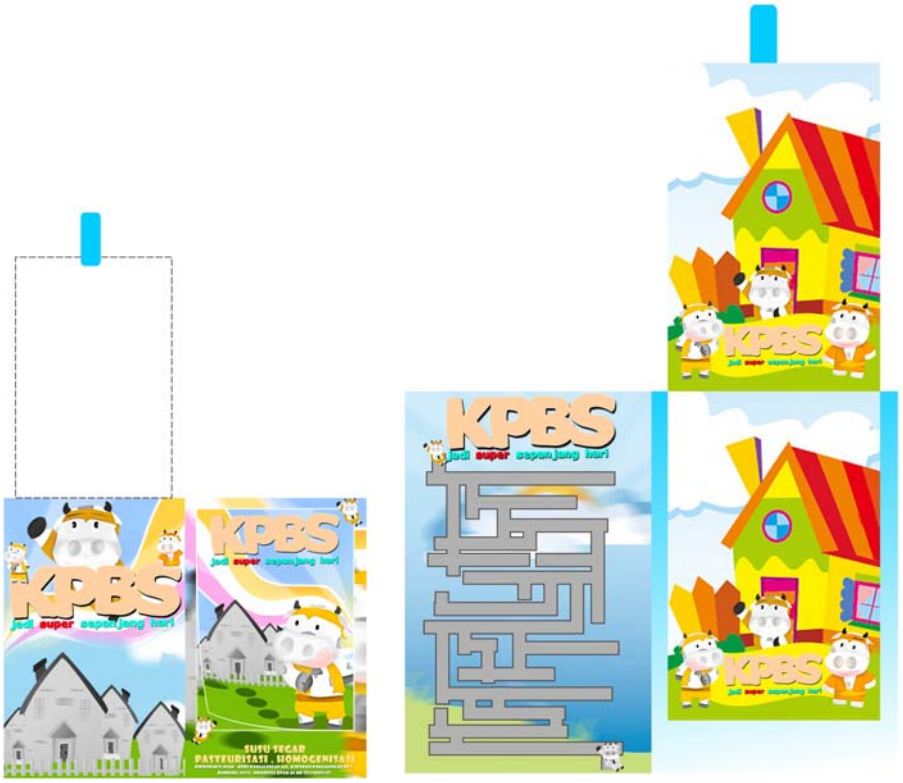
3.4.1 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang menjadi pemikiran penulis, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Berikut ini pemilihan media :

3.4.2 Media Utama :

- Buku bergambar dan Permainan

  Media ini dipilih karena anak – anak pasti kebih suka melihat buku bergambar dan berisi permainan. Media ini di jadikan media utama sebagai promosi produk KPBS. Untuk mendapatkan buku ini para konsumen harus mengumpulkan kupon di setiap pembelian Produk susu KPBS ini sebanyak 10 buah, dan buku ini dalam edisi yang terbatas.



Gambar 3.9 Buku bergambar dan permainan

3.4.3 Media pendukung :

- *Cup* (kemasan)

  Cup ini pasti harus dibuat dengan ikon baru, maka dari pada itu cup produk harus dibuat dengan icon baru

- Gerobak Penjualan

  Media ini pasti selalu yang dijumpai para konsumen, karena media inilah yang akan membawa produk KPBS tersebut untuk dijual.

- Baju

  Baju yang di buat adalah baju untuk para pedagang produk, media ini di gunakan karena, agar serasi pada gerobak penjualan.

- Poster

  Media poster akan ditempatkan di setiap sekolah SD, dan tempat bermain anak – anak. Media ini digunakan

karena sangat bermanafaat sekali dalam mengenalkan produk susu murni KPBS ini. Dan media ini biasa ditempatkan langsung kepada target market yang dituju.

- Brosur

  Media ini juga sangat di butuhkan, bias langsung di berikan kepada target sasaran, dan di dalam brosur akan ada tentang produk dari rasa, harga dan alamt KPBS tersebut.

- Pin

  Media ini juga di gunakan sebagai alat promosi karena anak – nak suka menggunakan pin dengan gambar yang lucu. Untuk mendapatkannya dalam setiap pembelian dua buah produk KPBS ini pada hari minggu akan mendapatkan pin ini (edisi terbatas)

- Stiker

  Media ini di gunakan karena stiiker dapat di tempel dimna – mana dan ini bisa mengingatkan kepada siapa saja akan produk susu KPBS tersebut dan cara mendapatkan stiker ini dalam pembelian dua buah produk akan mendapatkan satu buah stiker (edisi terbatas)

- Poster Jadwal Pelajaran

  Media yang satu ini sangt berguna sekali buat anak anak menulis jadwal pelajarannya, dan keuntungan dari media ini pasti setiap hari media ini akan dilihat oleh anak – anak pada saat mau melengkapi buku pelajaran buat esok hari. Untuk mendaptkannya dalam setiap pembelian empat buah produk KPBS ini akan mendapatkan Poster Jadwal Pelajaran ini (edisi terbatas)

- Pembatas Buku

  Media ini juga bias digunakan sebagai media promosi, media ini digunakan sebagai pembatas buku di waktu kita sedang membaca. Untuk mendapatkannya media ini bisa di bagikan pada hari minggu saja dengan Cuma – Cuma, dengan jumlah yang terbatas