BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL MEDIA PROMOSI SUSU KAMBING EGOODMILK UNTU ANAK.

1.1. Strategi Komunikasi

- Menginformasikan manfaat utama susu kambing eGoodmilk bagi anak kepada konsumen agar calon konsumen dapat tahu, melalui media poster dan media lain yang ditempatkan atau disebar di tempat yang strategis.
- Menggunakan kata - kata yang sederhana dan mudah diingat agar setiap orang yang menerimanya tidak jenuh.
- Materi yang dimuat dalam media berupa logo promosi, logo produk, manfaat kelebihan susu kambing, gambar produk olahan, serta alamat website / blog untuk lebih detail mengenai informasi.

1.2. Strategi Kreatif

Menampilkan informasi dan visual dengan mengacu pada susu kambing dan menggunakan karakter atau ilustrasi anak yang lucu dengan menggunakan warna – warna lembut khas anak – anak.

1.3. Strategi Media

Didasarkan pada permasalahnya, media yang dipilih adalah :

- **Media Utama**
    1. Poster

       Poster dipergunakan sebagai media utama karena cocok untuk penyampaian informasi khususnya di pusat-pusat kesehatan masyarakat
    2. Flyer

       Flayer dipergunakan sebagai media utama setelah poster yaitu karena sifatnya yang bisa dibawa kemana saya disaat orang yang menjadi target sedang dalam kondisi tidak diam.
- **Media Pendukung**
    1. X-Banner

       Digunakan pada saat promosi lapangan seperti pada saat acaraa-acara pameran, dimana orang – orang berkumpul di dalam satu area, seperti acara Dago Car Free Day, untuk wilayah Bandung.
    2. Mini X-Banner

       Digunakan pada saat promosi Khususnya dalam ruangan yang dimna produsen bekerja sama dengan tempat berkumpul masyarakat seperti rumah makan

atau tempat pusat kebutuhan anak yang dirasa bisa menguntungkan dalam hal promosi.

3. Stiker

   Digunakan untuk penyampaian informasi di kendaraan – kendaraan umum, yang biasa merupakan tempat orang – orang berkumpul.

- **Gimmick**

  Gimmick digunakan sebagai souvenir dari perancangan media promosi susu kambing eGoodmilk untuk anak, berfungsi untuk mengingatkan. Adapun media merchandise tersebut adalah :

  1. Tempat Minum Anak
  2. Pin
  3. Mug
  4. Topeng kertas
  5. Kaos anak

1.4. Konsep Visual

Konsep visual perancangan media promosi susu kambing eGoodmilk untuk anak, adalah menampilkan visualisasi secara sederhana, dengan menggunakan teknik gambar vector, dan grafis yang berkesinambungan sesuai dengan konsep dari media utama dan

element warna yang disesuaikan, warna yang berhubungan dengan susu kambing, ciri khas warna produk dan tema warna anak-anak.

1.4.1. Logo Promo



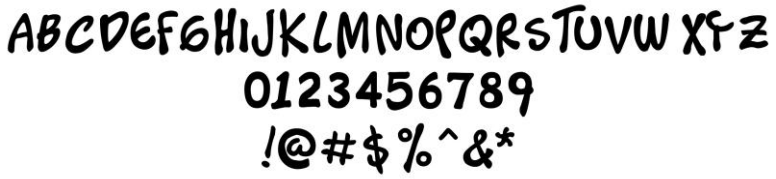
Gambar 3.4 Logo Promo

Konsep logo yang digunakan menggabungkan antara logotype dan logogram. Dalam konsep logotype digunakan referensi huruf yang memunculkan kesan dunia anak-anak melalui lekukan sudutnya yang menghindari lekukan tajam. Dalam logo juga terdapat stilasi dari karakter kambing etawa dengan gaya ilustrasi untuk anak agar memunculkan kesan bahwa manfaat susu kambing ini lebih difokuskan untuk pertumbuhan dan asupan gizi anak-anak serta penambahan logo produk eGoodmilk untuk lebih memperjelas promo produk.

1.4.2. Tipografi

Adapun jenis huruf yang di pergunakan diantaranya :

- Timotheos



Gambar 3.5 Jenis Huruf Timotheos

Jenis huruf atau *font* ini mewakili karakter anak-anak namun tetap bisa terbaca untuk orang dewasa, selain digunakan untuk *logotype* juga dipergunakan untuk penyampaian informasi mengenai manfaat susu kambing.

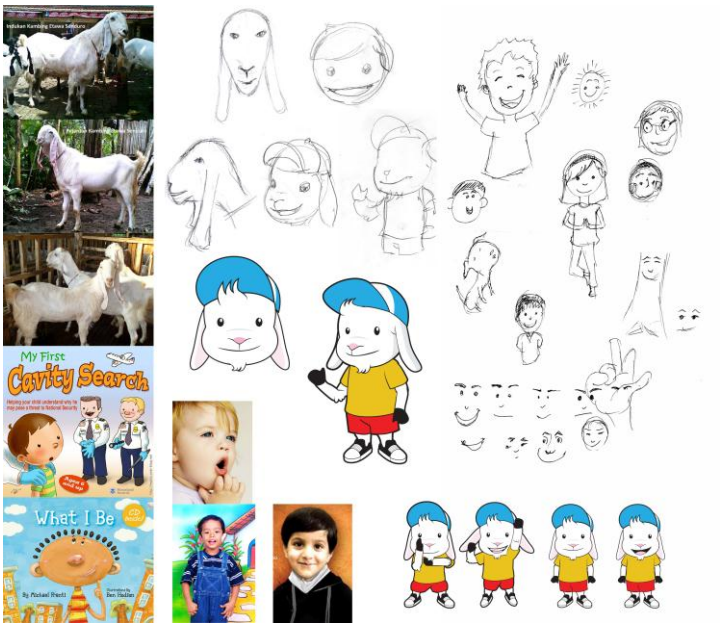
- Calibri

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789

Jenis huruf dipergunakan untuk keperluan informasi tambahan, meliputi alamat produsen, alamat website maupun yang lain yang menyangkut segala informasi yang berhubungan dengan promosi.

1.4.3. *Visual Image*



Gambar 3.6 Proses Karakter

Visual untuk media promosi susu kambing eGoodmilk ini di tekankan pada proses studi karakter, dimana pada promosi ini di buat sebuah karakter yang diambil dari kambing jenis etawa yang disesuaikan dengan karakter penggayaan ilustrasi anak, tiada lain untuk mempertegas susu kambing ini sendiri yang dihasilkan dari jenis etawa dan difokuskan kepada anak-anak, yang disempurnakan menggunakan teknik gambar *vector*.



Gambar 3.7 Visual Poster

Adapun pemilhan *texture* atau *background* diambil dari bentuk susu yang yang tertuang dengan cipratan yang tidak teratur dan condong meluap keluar, menggambarkan semangat sebuah produk alternatif susu bagi asupan gizi anak – anak yang didalam kasus ini adalah Susu kambing eGoodmilk. Dan pemilihan elemen lengkung diambil untuk penggambaran pinggiran gelas, yang biasa dipergunakan untuk tempat cairan dalah hal ini susu untuk dinikmati.

1.4.4. Warna

Adapun pengambilan warna untuk promosi ini diambil dari elemen warna kambing, susu kambing, kemasan

produk dan logo merek dagang yang kemudian di sesuaikan menurut karakteristik tema anak.

Warna yang digunakan adalah warna CMYK. Warna ini mempunyai 4 warna dasar yang bila dicampurkan dengan komposisi tertentu akan menghasilkan warna yang tepat seperti yang diinginkan. Alasan menggunakan warna CMYK karena dalam media promosi ini teknis produksi banyak menggunakan percetakan. Warna CMYK warna yang cocok dan sering digunakan dalam percetakan.

Adapun warna-warna yang dipakai dengan rincian sebagai berikut :



Gambar 3.8 Warna

- Warna putih dipergunakan untuk mewakili karakteristik wana susu, dan memiliki arti kebaikan, kesucian.
- Warna merah muda dipergunakan untuk mewakili elemen warna yang terdapat pada bagian tubuh kambing jenis etawa.
- Warna kuning emas di pergunakan untuk menggambarkan kesejahteraan, keberhasilan dan keberuntungan yang di harapkan dari kedua belah pihak baik konsumen maupun produsen dapat menikmati manfaat dari susu kambing eGoodmilk.
- Warna merah dipergunakan untuk menggambarkan semangat dan kepercayaan diri.
- Warna biru tua dipergunakan untuk mewakali karakteristik dari logo produk eGoodmilk.
- Warna *twquist* dipergunakan sebagai karakteristik warna yang terdapat di dalam kemasan dan untuk mewakili cerah, ceria dan gembira.