BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009, 13).

Sularko, (2008, 6) dalam buku "*How Do They Think*," mengemukakan bahwa logo atau *corporate identity* atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Suatu logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan (*corporate culture*), penempatan posisi (*positioning*) historis atau aspirasi perusahaan, apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah penting daripada seperti apa rupanya. Penekanannya pada makna di luar atau dibalik wujud logo itu.Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya mampu mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya.

III.1.1 Target Audiens

Tujuan utama dari perancangan logo identitas makanan tradisional khas kabupaten Garut untuk memperkuat identitas ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang makanan khas tradisional Garut. Dimana dengan adanya logo identitas ini diharapkan menjadi identitas untuk makanan tradisional khas Garut. Logo identitas makanan tradisional khas Garut ini nantinya akan ada di setiap kemasan makanan tradisional khas Garut. Setiap makanan khas Garut yang akan dipasarkan keluar maupun dipasarkan di dalam kota Garut itu sendiri, akan mendapatkan cap dari logo identitas ini disetiap kemasannya karena untuk menghindari pengambilan atau pengakuan dari daerah lain terhadap makanan itu sendiri.

Logo identitas makanan tradisional khas kabupaten Garut ini nantinya sebagai suatu keharusan bagi para penjual atau pedagang yang menjual makanan atau makanan tradisional khas Garut, baik pedagang yang berdomisili di kota Garut atau para pedagang yang ada diluar kota Garut. Pedagang yang berada di luar kota Garut diwajibkan memiliki cap logo identitas makanan tradisonal khas kabupaten Garut ini di dalam produknya dengan cara mendaftarkannya ke dinas terkait yang ada di kabupaten Garut.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan dengan dua cara visual dan verbal, secara visual yaitu dari bentuk logo, warna logo, dan juga tipografi. Untuk dalam bentuk verbal yakni dalam bentuk tagline. Tagline dipilih untuk lebih memperkuat identitas logo makanan tradisional Garut. Kata yang dipilih dalam tagline yaitu asli Garut yang mempunyai arti bahwa makanan ini berasal dari kabupaten Garut.

III.1.2.1 Visual

Dalam pendekatan visual ialah dengan menggunakan bentuk, warna dan tipografi disesuaikan dengan tema kedaerahan dan kekhasan daerah. Mengangkat kearifan kebudayaan kabupaten Garut yang sangat kaya akan budaya. Kota Garut sendiri kaya akan keindahan dan kesuburan alam. Pendekatan visual dituangkan dalam bentuk karakter menggabungkan kearifan dan kesuburan yang ada di dalam kota Garut. Dituangkan dalam bentuk air yang melambangkan kesuburan dan membentuk siluet huruf G, dan dikombinasikan juga dengan warna gradasi biru dan hijau. Biru melambangkan kesuburan dan warna hijau melambangkan kekayaan alam dan yang masih asri di kota Garut. Dan warna-warna cerah itu sendiri diambil agar mudah diingat dan mudah dipahami dalam bentuk visual. Tipografi dipilih menggunakan font yang tegas dan mudah dipahami dalam tingkat keterbacaanya.

III.1.2.2 Verbal

Dalam pendekatan verbal yang digunakan adalah dengan mengkomunikasikan keindahan, kesuburan dan keanekaragaman yang ada di kota Garut sebagai

identitas dalam logo.

III.1.3 Materi Pesan

Pesan utama atau isi Informasi yang paling utama dalam perancangan logo identitas makanan tradisional khas kabupaten Garut ini adalah, menyampaikan informasi dan menjelaskan tentang identitas khas kota Garut, yang memiliki keunggulan dalam bentuk kekayaan alam dan budayanya.

III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran perancangan kepada para pedangang atau pengrajin makanan atau makanan tradisional khas Garut. Para pedagang atau pengrajin yang membuat atau menjual makanan atau makanan tradsional khas Garut, wajib mendaftarkan makanan mereka kepada dinas terkait supaya mendapatkan cap logo atau sertifikasi dari dinas terkait bahwa produk yang dijual memang berasal dari kota Garut.

III.1.5 Strategi Kreatif

Media utama yang digunakan adalah logo, dimana logo ini bisa menjadi penguat identitas makanan tradisional khas Garut. Logo ini nantinya akan ditempelkan pada setiap produk makanan tradisional khas Garut, logo ini hanya akan ditempelkan pada produk makanan yang sudah memiliki kemasan sendiri. Supaya target audience dapat lebih memperkuat ciri khas dengan adanya logo ini di dalam kemasan.

Untuk menyampaikan identitas visual yang terkandung dalam logo ini agar lebih baik dan sampai pada *target audience*, ada beberapa hal yang perlu diperrhatikan dalam perancangan logo identitas ini, diantarannya:

1. Logo dapat menyampaikan atau mewakili keanekaragaman dan keindahan kearifan kota Garut.
2. Logo mudah diingat supaya *target audience* mudah memahami isi dari logo.

3. Logo dapat mengikuti perkembangan zaman minimal sampai 10 tahun berikutnya.

III.1.5.1 Aturan Main

Logo identitas makanan tradisional khas Garut ini mempunyai aturan yang harus dipatuhi, diataranya:

- Apabila didalam kemasan terdapat logo 100% Indonesia, logo identitas makanan tradisonal khas Garut harus diletakan sejajar dengan logo 100% Indonesia, dan diletakan di sebelah kanan.
- Hanya produk makanan yang sudah memiliki kemasan yang dapat menggunakan logo ini.
- Untuk saat ini logo identitas ini hanya digunakan untuk produk makanan.

III.1.6 Strategi Media

Media utama yang dipilih berdasarkan sifat dan kebutuhan dari logo sebagai identitas yaitu berdasarkan kebutuhan yang diperlukan untuk menunjang logo sebagai identitas. Logo ini bisa digunakan di kemasan produk-produk makanan tradisional Garut. Aturan tata letak penggunaan logo pada kemasan, logo tidak boleh dibuat terlalu kecil dikarenakan tingkat keterbacaannya akan berkurang.

III.1.6.1 Logo

Untuk memperkuat kekhasan dan identitas makanan dari suatu daerah, Logo dipilih sebagai penguat identitas dari makanan tradisional khas Garut.Diharapkan dengan adanya logo ini dapat lebih memperkuat antara suatu daerah dengan produk yang dihasilkannya.

III.1.6.2 Media Utama

- **Manual Book**

  Manual book sendiri menjadi standar atau acuan yang ada pada logo sebagai identitas makanan tradisional khan kabupaten Garut. *Manual book* berisi aturan-aturan yang harus diikuti *target audience* sebagai syarat dari penggunaan logo tersebut.

III.1.6.3 Media Aplikasi

- **Kemasan**

  Kemasan dipilih sebagi media yang cocok untuk logo identitas ini dikarenakan penguat identitas bagi produk yang dijualnya. Kemasannya itu sendiri berbeda-beda, baik kemasan dari bahan pelastik, styrofoam, kertas dus.

  Untuk kemasan pelastik pengaplikasian bias menggunakan stiker, dengan stiker kemasan pelastik terihat lebih menarik dan juga tidak mudah cepat rusak, dan kualitas warna yang ditimbulkan cukup bagus. Sama halnya dengan pelastik, pengaplikasian terhadap bahan dari styrofoam juga biasa menggunakan setiker. Untuk kertas dus bisa diaplikasikan dengan menggunakan print karena, karena bahan dari kertas dus cocok diaplikasikan dengan print.

III.1.7 Strategi Distribusi

Strategi distribusi berguna untuk target sasaran yang tepat untuk pemasangan atau pengaplikasian logo, dimana disini strategi distribusinya kepada para penjual atau pengrajin makanan khas tradisional khas kabupaten Garut, dimana para pengrajin atau atau pejual yang memproduksi makanan tradisional khas Garut, diwajibkan memiliki logo ini.

III.2 Konsep Visual

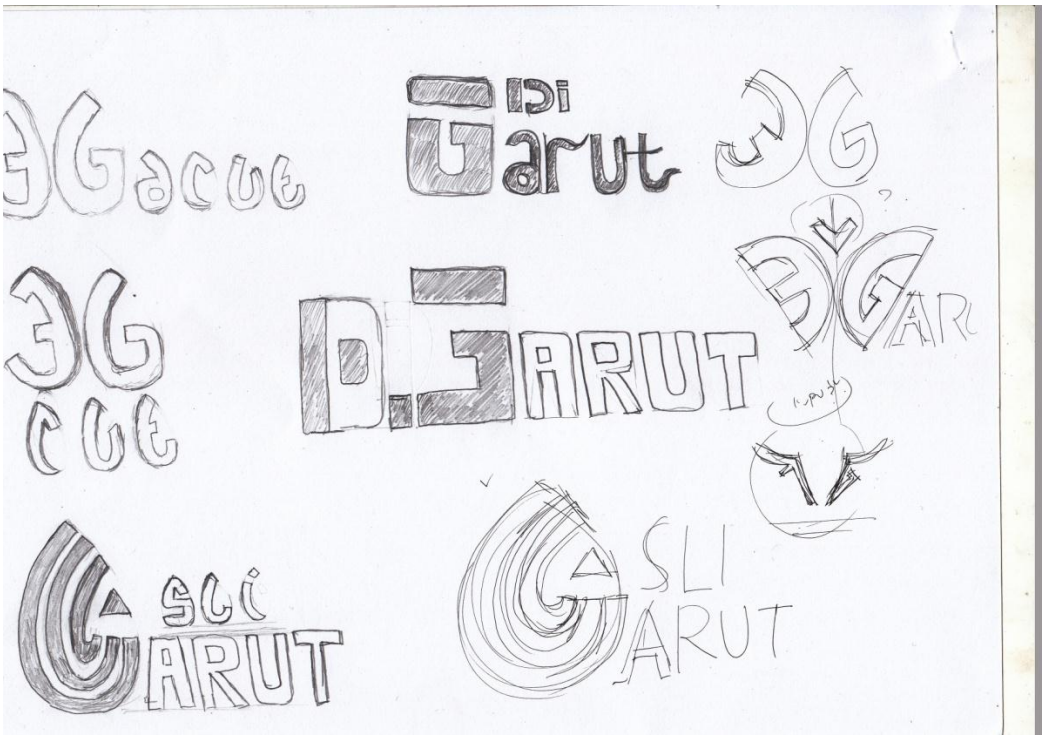
Desain logo yang baik adalah desain yang tidak hanya didasari oleh faktor penampilan saja, tetapi harus didasari dengan makna yang mendalam.Memiliki desain logo yang sangat tepat untuk tujuan komunikasi yang bertindak sebagai identitas dari logo yang menggambarkan kearifan budaya dan kekayaan yang dimiliki suatu daerah. Disini juga terdapat logogram sebgai simbol yang mewakili identitas yang mempunyai makna tersendiri.

III.2.1 Format Desain

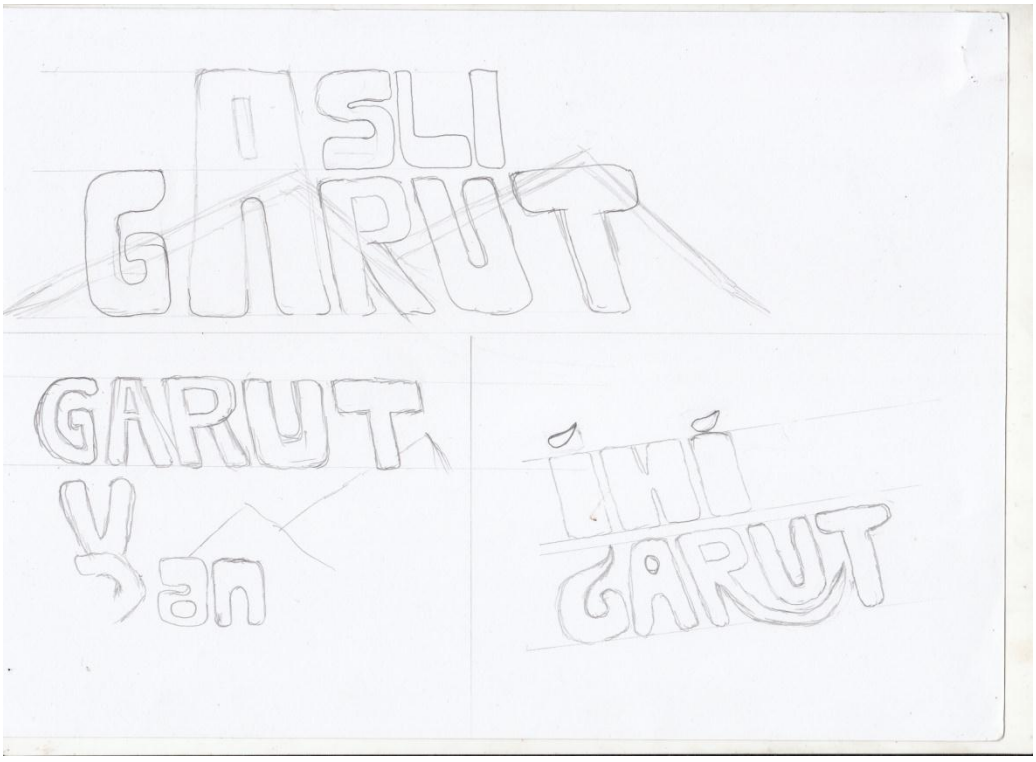
Perancangan logo identitas makanan tradisional khas kabupaten Garut untuk mengkomunikasikan keberadaan makanan tradisional khas kabupaten Garut dikemas dengan sedemikian menarik agar dapat mudah di ingat. Dengan logo gram yang meyerupai siluet huruf “G” dibentuk seperti air yang melambangkan kesuburan dengan warna biru gradasi, dikombinasikan dengan huruf “ASL” dan “ARUT” ketika di baca menjadadi “ASLI GARUT”.

III.2.2 Tata Letak *Layout*

Tata letak *layout* dibuat dengan tidak terlalu rumit sesuai dari cara pembacaan dari atas kebawah supaya mudah di ingat bagi *audience*. Komposisi juga diatur dan disesuaikan dengan tata letak yang pas.



Gambar III.1 Asistensi bentuk
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar III.2 Asistensi bentuk
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar III.3 Asistensi bentuk dan warna
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar III.4 Asistensi bentuk dan warna
(Sumber: Dokumen Pribadi)

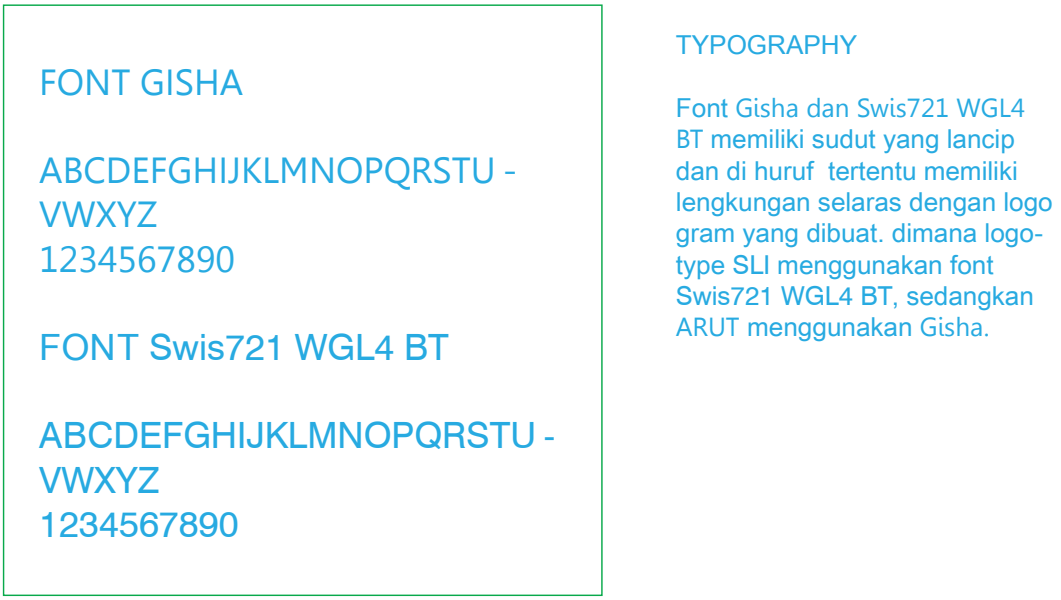


Gambar III.5 Asistensi bentuk posisi huruf dan warna
(Sumber: Dokumen Pribadi)

II.2.3 Tipograpi

Menurut Roy Brewer (1971) dalam buku "Pengantar Tipografi":

"Tipografi dapat memiliki arti luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau cetakan atau dalam arti yang lebih sempit hanya mencakup pemilihan, pengaturan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan jalur pengaturan huruf (set), tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya, bukan surat di halaman dicetak ". (Sudiana, 2001, 2).



Gambar III.6 Bentuk font yang digunakan
(Sumber: Dokumen Pribadi)

II.2.4 Warna

Semua orang pada umumnya menyukai warna. Warna menurut banyak ahli psikologi dianggap dapat memengaruhi kejiwaan dan karakter seseorang. karena sangat bergantung dengan faktor subyekif, maka setiap orang dalam memilih warna berdasarkan cara pandang yang berbeda. Oleh karena itulah warna menjadi salah satu bahan pertimbangan saat hendak mengecat dinding ruangan kamar kita. Oleh karena itu jelas warna dipakai semua orang, pada saat aktifitas apapun, oleh karena itulah warna sangat berarti bagi kehidupan manusia. Berbagai wacana tentang warna telah menggiring manusia dalam memaknai warna menurut budayanya masing-masing. Warna dijadikan simbol dan kekhasan suatu etnik dan

negara tertentu, sebagai contoh paling umum adalam warna merah yang sangat identik dengan budaya oriental yang berarti juga budaya timur atau negara Cina.
Dalam seni rupa warna juga dijadikan sebagai media berekspresi. Bicara tentang warna banyak hal yang bisa dipelajari. Berikut adalah beberapa teori tentang warna yang pernah dikemukakan oleh ahli jaman dahulu:

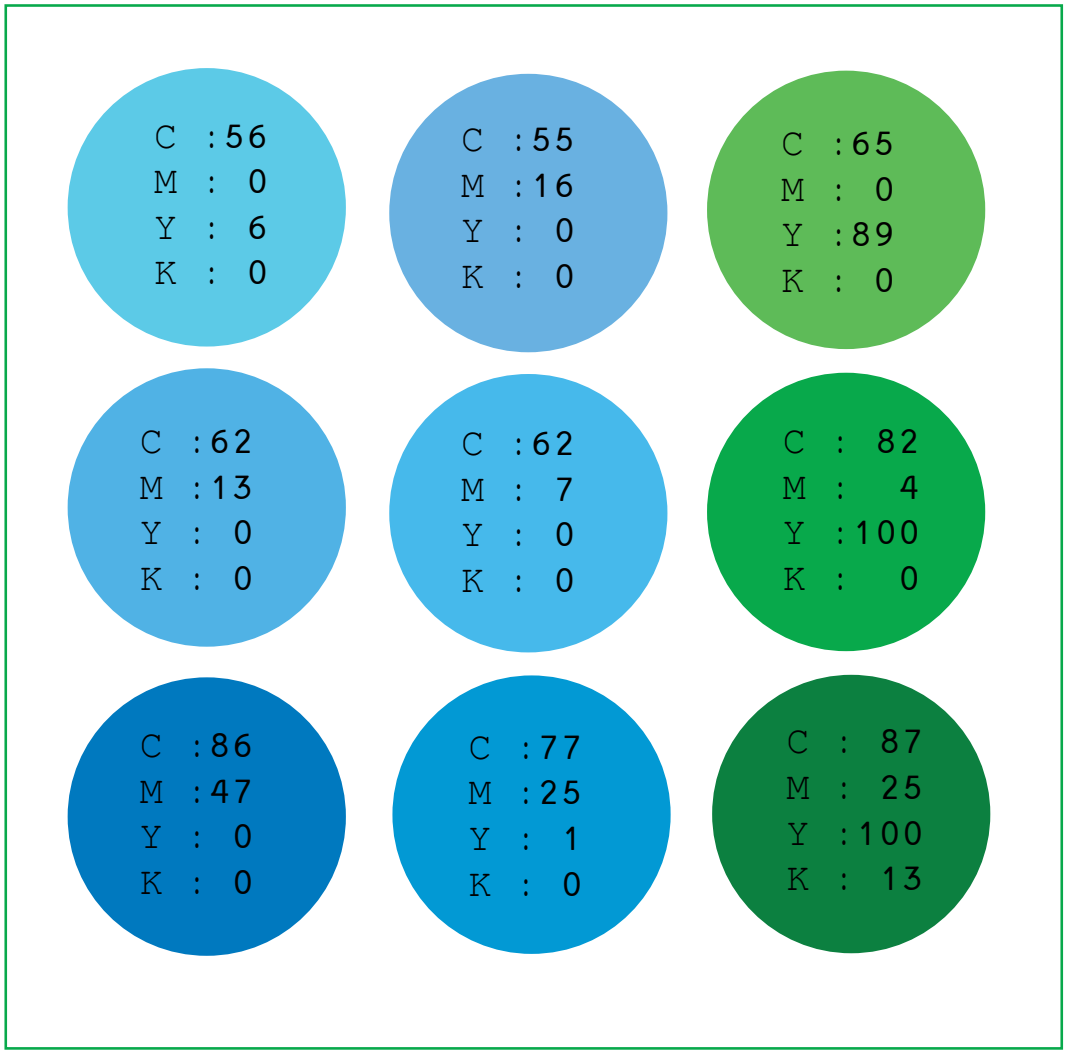
a. Teori Sir Isaac Newton (1642-1727)

Dari pencobaannya, Newton menyimpulkan bahwa apabila dilakukan pemecahan warna spektrum dari sinar matahari, akan ditemukan warna-warna yang beraneka ragam meliputi merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu warna-warna ini sering disebut dengan mejikuhibiniu. Warna-warna tersebut bisa kita lihat ketika muncul pelangi setelah hujan reda.

b. Teori Brewster

Teori Brewster pertama kali dikemukakan pada tahun 1831. Teori ini menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Kelompok warna ini sering disusun dalam lingkaran warna brewster. Lingkaran warna brewster mampu menjelaskan teori kontras warna (komplementer), split komplementer,*triad*, dan *tetrad.* (Kusrianti, 2007, 48)

Logo identitas makanan tradisional khas kabupaten Garut menggunakan warna warna cerah seperti biru muda dan hijau.dimana menggunakan skema gradasi. Dimana warna biru muda sendiri bermakna cerah dan subur dan terinspirasi dari warna air yang berwarna biru dan biru juga termasuk warna-warna cerah yang mudah diingat, sedangkan warna hijau menggambarkan keindahan alam kabupaten Garut yang masih sangat asri dan udara yang segar dima masih banyak pohon-pohon yang di jalan raya atau pegunungan yang membuat kesejukan di kota Garut semakin berasa.



Gambar III.7 warna
(Sumber: Dokumen Pribadi)