BAB III
Strategi Perancangan dan Konsep Visual

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah dengan membuat kemasan Mochilok yaitu dimulai dengan membuat konsep kesan menggemaskan dan lucu. Setelah itu membuat sebuah *icon* baru pada setiap rasa yang berbeda yang dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik dengan cemilan Mochilok ini.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Menentukan khalayak sasaran merupakan hal penting agar maksud dan tujuan dari pembuatan karya ini tersampaikan.

- **Demografis** remaja dengan rentang umur 18 tahun hingga 23 tahun, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, latar belakang memiliki pendapatan menengah keatas.
- **Geografis** daerah perkotaan Bandung dan sekitarnya.
- **Psikografis** personal atau individu yang memiliki ketertarikan kuliner, personal atau individu yang memiliki ketertarikan dengan makanan jepang, personal atau individu yang memiliki ketertarikan makanan ringan, makanan penutup ataupun *dessert*.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

a. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan dalam *packaging* ini mengadaptasikan kebudayaan jepang dan membuat beberapa ilustrasi dan animasi sebagai elemen visual pada *packaging* ini. Memilih *tone* warna merah muda yang lebih digelapkan (pink tua) karena secara psikologis warna pink ini memberikan kesan *sweet* atau manis, dan dapat membuat suasana menjadi ceria.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Pengunaan bahasa Indonesia disini bertujuan untuk memudahkan pembaca memahami maksud dari buku cergam ini, berbeda dengan bahasa Inggris digunakan untuk lebih meningkatkan ketertarikan terhadap produk ini.

III.1.3 Strategi Kreatif

Dengan mengembangkan visualisasi dari mochi dan membuat *character visual* yang menggemaskan bertujuan agar *character* dari mochi yang diberi ikat sunda akan menjadi *brand ambassador* dari perusahaan Mochilok dan tentu dengan adanya sebuah *character visual* atau *icon*, hal tersebut akan membuat semakin meningkatnya daya ingat masyarakat terhadap brand ini. Dibuat pula sebuah illustrasi dari kebudayaan-kebudayaan Jepang, seperti mengambil *bamboo* yang digunakan sebagai alat makan, alat musik, *furniture*. Mengambil kebudayaan Jepang yang ramah lingkungan dan mencintai pohon kecil sehingga dibuat sebuah illustrasi berupa pohon bonsai. Diambil pula sebuah illustrasi dari rumah adat kebudayaan Jepang, yang nantinya hal tersebut akan menjadi elemen-elemen visual pada media tersebut.

III.2 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini adalah berupa *packaging* sebagai media utama dan beberapa media pendukung. Untuk memunculkan *brand* dan *image* yang baru agar lebih diminati masyarakat. *Packaging* dan media pendukung lainnya didesain sedemikian rupa agar dapat memunculkan *brand image* yang baik.

III.2.1 Media Utama

Media *Packaging* dipilih atas dasar perubahan sebuah kemasan produk lama menjadi baru dan diperlukan perubahan yang signifikan untuk memunculkan makna dan kesan yang *fresh* terhadap produk Mochilok ini , dan untuk membuat kesan dan makna yang *fresh* dibuatlah desain yang menggambarkan visual-visual yang berbeda dari sebelumnya, begitupun dengan *packaging* yang merupakan media-media terpenting

dalam perubahan *image*, dimana *packaging* yang di desain secara khusus dengan tujuan untuk menarik konsumen dan menjaga kualitas produk dari Mochilok.

III.2.2 Media Pendukung

Dalam menunjang media utama dibutuhkan juga beberapa media pendukung yang berfungsi untuk mempromosikan media utama atau memperkuat citra produk tersebut. Media pendukung ini haruslah berkaitan dengan media utama agar citra dari produk tersebut lebih dikenal dan lebih diminati.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan pada media-media tersebut ialah *minimalis flat design* yang lebih menguatkan ciri atau kesan Jepang, dikarenakan mengikuti *what to say* yang telah di buat yaitu “cemilan jepang rasa bandung”. Dengan konsep tersebut akan sangat mendukung pembuatan *brand image* yang lebih baik dari sebelumnya dan juga lebih disukai oleh kalangan remaja saat ini.

III.3.1 Gaya Visual dan Komunikasi Verbal

Konsep yang dipakai dalam perancangan *packaging* yang mengambil kebudayaan jepang sebagai ilustrasi dan elemen visual juga beberapa kebudayaan dari kota Bandung yang di ilustrasikan dengan ikat sunda pada karakter yang diberi dengan nuansa minimalis yang penuh dengan keceriaan, namun tetap elegan.

Bentuk komunikasi verbal yang disampaikan berupa tulisan yang memiliki peranan penting dalam sebuah media komunikasi, agar informasi yang disampaikan dipahami dengan baik. Gaya bahasa yang akan digunakan dalam penyampaian informasi ini, merupakan gaya bahasa yang memiliki kesan anak remaja saat ini. Dengan menggunakan campuran dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Hal ini terlihat dengan semakin pesatnya perkembangan bahasa Inggris di Indonesia yang telah diyakini oleh banyaknya kalangan menengah ke atas dalam memasukan bahasa tersebut untuk bersosialisasi sehari-hari.

.

III.3.2 Format Desain

1. Kemasan (*packaging)*



Gambar III.1 Referensi Kemasan Produk
http://cdn.bisnisukm.com/2014/01/kemasan-kue.png (08 Juni 2015)

Dari referensi desain kemasan diatas maka konsep yang akan dirancang untuk kemasan baru bagi Mochilok diantaranya sebagai berikut :

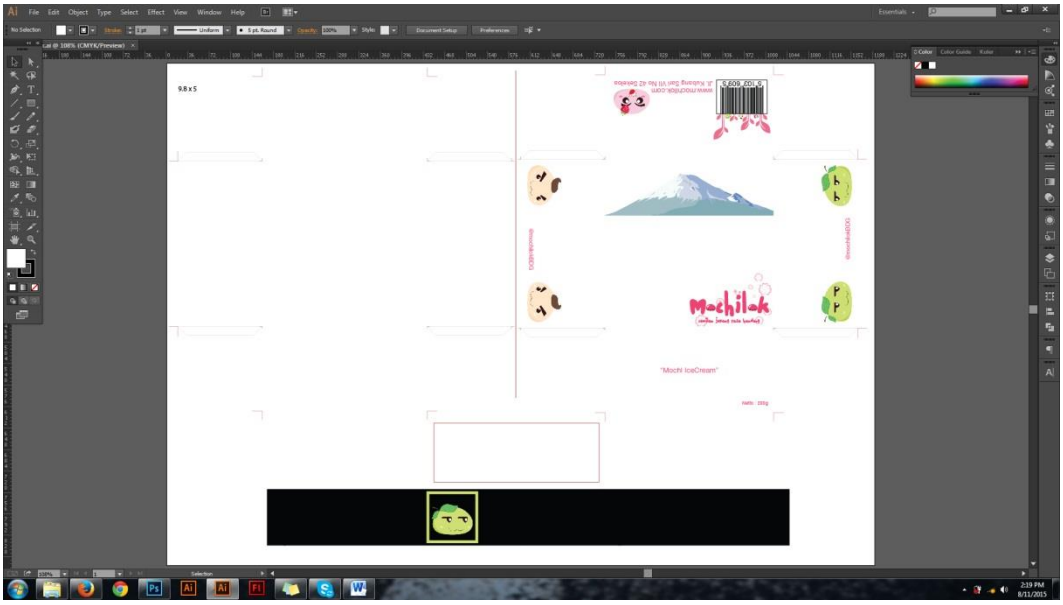
Ukuran kemasan yang baru berukuran seperti pada umumnya yakni berukuran A3 42 x 29,7 cm dengan bentuk *landscape* karena disesuaikan bentuk kemasan yang akan di rancang dan disesuaikan juga dengan tata letak grafis lainnya.

III.3.3 Tata Letak (*Layout*)

Layout yang digunakan dalam packaging ini disesuaikan dengan konsep ataupun gaya visual dimana akan banyak ruang yang kosong dan tidak akan banyak warna yang diberi gradasi warna dikarenakan gaya visual yang dipakai adalah *minimalist flat*

design yang meski banyak ruang kosong tidak menjadikannya sebuah *design* yang buruk, namun menambah citra yang lebih elegan.

1. Kemasan Mochilok



Gambar III.2 *Layout* desain kemasan Mochilok

Diawali dengan *background* warna dominan putih karena sesuai dengan konsep sebelumnya yakni simple dan elegan, setelah itu ditambah dengan ilustrasi *vector* gunung Fuji yang ada di Jepang dengan warna yang tidak tajam dan cenderung lembut, dan pada bagian bawah terlihat sebuah persegi panjang hitam dengan sebuah karakter, dimana nantinya bagian bentuk tersebut sebagai tali penutup kemasan dan sebuah tanda rasa Mochilok yang dibeli, hal ini tentu untuk mempermudah konsumen untuk membedakan rasa Mochilok yang mereka beli.

III.3.4 Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan kemasan Mochilok menggunakan 2 jenis huruf yaitu Helvetica Light dan Sketch Rockwell.



Gambar III.3 Huruf *Helvetica Light*

Jenis huruf Helvetica Light ini sangat cocok menggambarkan simple namun elegan, selain itu huruf ini digunakan untuk media informasi karena hurufnya yang mudah dibaca dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

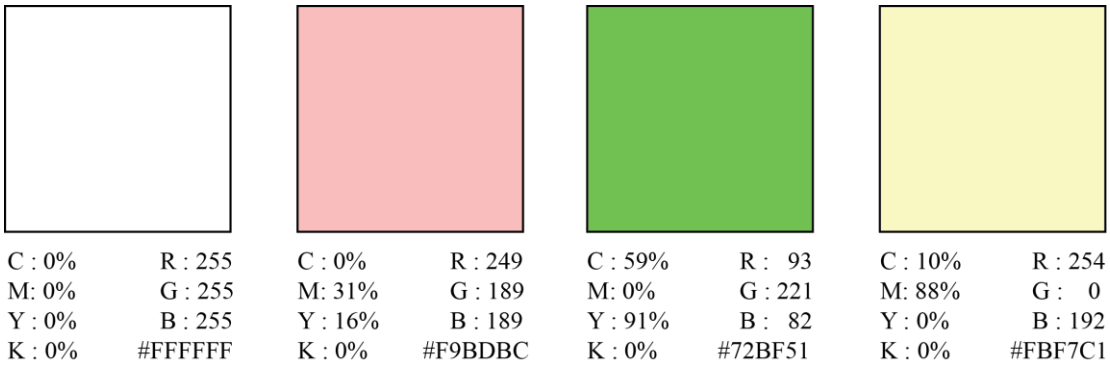


Gambar III.4 Huruf *Sketch Rockwell*

Jenis huruf Sketch Rockwell ini sangat cocok menggambarkan lucu dan menggemaskan, selain itu huruf ini digunakan untuk di *headline* karena hurufnya yang mudah dibaca dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

III.3.5 Warna

Warna merupakan merupakan salah satu bagian vital dalam dunia seni maupun desain. Maka perlu adanya keseimbangan antara gaya visual dengan warna yang digunakan, karena apabila terjadi kesalahan dapat menjadi fatal. Penggunaan warna dapat juga menjadi sosok yang penting sebagai interpretasi dari karya tersebut dan menjadi salah satu poin penting dalam suatu karya. Penggunaan warna sendiri dalam perancangan *packaging* ini menggunakan warna-warna yang mengandung unsur ceria seperti merah muda, *cream*, oranye, ungu.



Gambar III.5 Tone warna yang digunakan

Pengunaan warna ini bertujuan untuk memberi kesan lucu dan menggemaskan, dikarenakan produk makanan tersebut ialah mochi yang terkesan kenyal yang lucu. Karena tujuan warna untuk memperindah visual dan juga memperjelas sifat-sifat dari psikologi. Sebagai contoh warna kuning yang mengekspresikan sangat ceria dikarenakan warna yang terang dari warna-warna lain seperti merah, biru dan hijau.

III.3.6 Karakter

Dalam perancangan *packaging* ini, karakter yang hendak ditampilkan terpengaruhi oleh gaya ilustrasi dari Jepang yang menampilkan sisi keceriaan, lucu, dan juga menggemaskan.



Gambar III.6 Pengembangan karakter dari mochi



Gambar III.7 Pengembangan karakter dari ikon mochi