BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

3.1.1. Strategi Komunikasi

a. Tag Lines (Pesan Utama)

Dengan memperhatikan visi yang dimiliki oleh Persib dan dari PT PBB yaitu ingin menjadi yang terbaik di Indonesia dn go Internasional, maka tag lines sebagai pesan utama yang ingin disampaikan adalah :

“ Kuat dan Profesional “

Artinya, Persib merupakan salah satu tim/klub sepakbola yang besar di Indonesia yang didukung oleh dana dan supporter yang kuat, serta persib sudah mempunyai jajaran manajemen dan tim yang professional dibidangnya masing-masing.

b. Kemajuan Perusahaan

PT.Persib Bandung Bermartabat pertama kali beroperasi Tanggal 1 Agustus 2009 dan dibentuk sesuai dengan peraturan dari PT.Liga Indonesia juga PSSI, PT.PBB diharapkan akan menjadi perusahaan yang benar-benar Profesional ditahun 2012. Kemajuan yang telah dicapai oleh perusahaan adalah mendatangkan infestor untuk membiayai segala kebutuhan tim, mencari pemain-pemain yang cocok untuk persib dan mendatangkan pelatih yang berkualitas guna persib menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

3.1.2 Strategi Kreatif

3.1.2.1 Pendekatan Kreatif dalam Penyampaian Pesan

Berdasarkan tag lines (pesan utama) yang ingin disampaikan yaitu “kuat dan professional”, maka bentuk yang akan ditampilkan adalah bentuk yang mengandung arti kuat dan professional serta sepakbola yang mencitrakan Persib sebaga tim sepakbola.

3.1.2.2 Pendekatan Visual

Dalam gagasan visual berawal dari pemahaman dan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan tag lines yaitu “Kuat dan Proffesional”, maka gagasan visualnya sebagai berikut:

- Visual yang digunakan adalah sesuatu yang berhubungan dengan citra yang kuat dipadukan dengan professional dan sepakbola.
- Warna-warna yang digunakan pada logogram dan logotype tersebut adalah warna-warna yang mengandung arti kuat dan profesional .
- Tipografi yang digunakan dalam identitas ini adalah tipografi yang memiliki kesan kuat, dan yang paling penting adalah bisa dibaca dengan jelas oleh masyarakat.
- Layout yang digunakan dengan konsep yang sederhana, agar pesan yang ingin disampaikan dalam logo lebih sampai kepada masyarakat, namun masih tetap mempertimbangkan kenyamanan dan nilai estetika secara fungsional dan berkaitan satu sama lain.

3.2 Konsep Visual

Seperti yang sudah dibahas pada –sub strategi kreatif , “Kuat, sepakbola dan Profesional” akan menjadi acuan pengolahan bentuk visual dalam proses re-design logo PERSIB.

3.2.1 Logogram

a. Pemilihan bentuk yang kuat dan profesional.

Bentuk yang kuat terwakilkan oleh hewan harimau yang berasal dari daerah Jawa Barat dengan nama latin “Phantera Tigris Sodaica”, karena persib mempunyai julukan “Persib Bandung, Maung Bandung” yang artinya Harimau dari Bandung/Jawa Barat. Serta bentuk professional terdapat pada bentuk Jam dinding yang selalu berputar sesuai dengan Persib yang selalu bergerak, serta pita mempunyai sifat yang fleksibel sesua dengan Persib dalam menjalin kerja sama dengan perusahan lain.

b. Pemakaian ikon yang berhubungan dengan dunia sepakbola.

Ikon yang dipilih adalah sebuah bola, karena bola adalah unsur yang paling penting dalam olahraga ini.

3.2.2 Logotype.

Lebih menitik beratkan pada faktor keterbacaan.

Jenis huruf yang dipilih adalah yang berkarakter tegas dengan faktor keterbacaan yang baik, sehingga logotype sebagai unsur logo tidak akan mengalami kerusakan ketika dilakukan proses pengecilan (minimize).

3.2.3 Warna

Warna-warna yang digunakan pada logogram dan logotype tersebut adalah warna-warna yang mengandung arti kuat dan professional yaitu : warna Hijau, Kuning, Biru, Putih serta warna Hitam.

3.2.4 Lay out (tata letak)

Layout yang digunakan dengan konsep yang sederhana, agar pesan yang ingin disampaikan dalam logo lebih sampai kepada masyarakat, namun masih tetap mempertimbangkan kenyamanan dan nilai estetika secara fungsional dan berkaitan satu sama lain.

3.3. Eksekusi Visual

3.3.1 Hasil akhir logo



Gambar. 3.1 Hasil akhir logo

3.3.2 Penjabaran Visual

a. Logogram



Gambar. 3.2 Logogram

Logogram terdiri dari empat bentukan, keempat bentukan ini mewakili sifat dari persib itu sendiri. Sehingga kalau bentukan tersebut digabungkan, akan membentuk logogram yang utuh.

Bentukan yang pertama adalah bentuk bulatan yang diambil dari sebuah jam dinding, jam ini selalu berputar dari pagi hari sampai malam hari. Dengan demikian Persib diharapkan selalu bergerak dan terus berprestasi di tngkat Nasional maupun Internasonal.



Gambar. 3.3 Jam Dinding

Bentukan yang kedua adalah bentuk dari sebuah hewan yang bernama Harimau, Harimau yang dipakai adalah harimau yang terdapat didaerah Jawa Barat dengan nama latin “Phantera Tigris Sodaica” sesuai dengan Persib yang berasal dari Jawa Barat. Bentuk ini mengambil sebuah kepala harimau yang sedang mengaung yang kemudian disederhanakan lagi, guna mempermudah masyarakat dalam melihat identitas ini. Harimau mengandung sifat kuat, tangguh dan ditakuti, dengan demikian Persib diharapkan menjadi lebih kuat dan penuh semangat dalam melakukan setiap pertandingan kandang maupun tandang.



Gambar. 3.4 Harimau

Bentukan yang ketiga adalah bentuk dari sebuah pita yang fleksibel, pita ini melambangkan sifat kerja sama yang professional antara pemain, pengurus, dan pihak sponsor guna menjadikan Persib lebih baik lagi.



Gambar. 3.5 Pita

Bentukan yang keempat adalah bentuk bola, karena PERSIB merupakan sebuah tim sepakbola. Bentuk bola yang digunakan berjumlah dua, karena sepakbola dimainkan oleh kedua kesebelasan dan dimainkan dalam waktu 2 X 45 menit.



Gambar. 3.6 Bola

b. Logotype

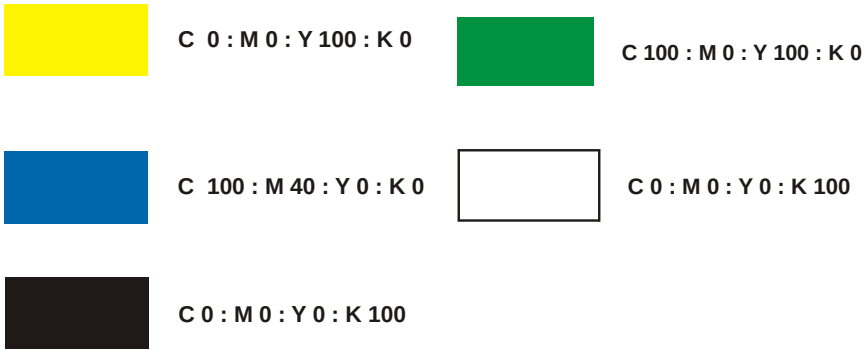


Gambar. 3.7 Logotype

Jenis font yang dipilih untuk logotype adalah Arial Black dan Trebuchet MS. Jenis font Sans Sherif (tak berkaki). Untuk Arial Black huruf kapital, tebal, tegas yang berkesan kuat sesuai dengan tag lines yaitu kuat dan profesional, sedangkan Trebuchet MS hurufnya italic yang melambangkan bergerak maju kedepan. Jenis font Arial Black dan Trebuchet MS mempunyai tingkat keterbacaan yang baik ketika mengalami proses minimize (pengecilan).

c. Warna

Secara keseluruhan logo menggunakan lima buah warna, yaitu warna hijau, kuning, biru, putih, dan hitam. Pada logogram menggunakan warna hijau, kuning, biru dan putih sedangkan pada logotype menggunakan warna biru dan hitam.



Gambar. 3.8 Warna

- Hijau, warna hijau memberi kesan alami, sehat, keberuntungan, dan pembahanaan. Warna hijau memberikan efek kesegaran sehingga menjadi optimis akan ketenangan jiwa dan pikiran kedalam suasana kerja Persib.
- Kuning, warna kuning berkesan optimis, harapan, dan filosofi. Warna kuning melambangkan kebersamaan dan kehangatan dalam menjalankan pekerjaan.
- Biru, warna biru mempunyai kesan kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, dan keteraturan. Warna biru memberikan efek disiplin dalam bekerja sehingga lebh professional lagi.
- Putih, Warna putih mempunyai kesan suci, dan warna cahaya. Warna putih melambangkan sifat formal dan konsentrasi dalam bekerja.
- Hitam, warna hitam mempunyai kesan tegas. Sesuai dengan apa yang ingin dicapai oleh Persib.

3.4 Strategi Media

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

a. Alat Tulis Kantor

Adalah media aplikasi yang merupakan kelengkapan administrasi perusahaan.

- Stempel

  Stempel digunakan untuk keperluan surat menyurat dalam melakukan kerja sama dengan perusahaan lain sebagai bukti keabsahan surat tersebut.

- Kop Surat

  Media ini dipakai untuk mengirimkan sebuah kabar kepada para pegawai PT. PBB maupun perusahaan lain.
- Amplop

  Amplop digunakan sebagai media pembungkus kop surat, guna menjaga kerahasiaan isi surat tersebut.
- Map

  Media ini berfungsi sebagai penyimpanan lembaran kertas yang ingin diberikan kepada antar pegawai/bagian dalam lingkup PT. PBB.
- Kartu Nama

  Kartu nama berfungsi sebagai alat pengenal diri, yang diberikan kepada orang yang dikenalnya.
- ID Card.

  Media ini berfungsi sebagai pengenal diri yang dipasang pada seragam kantor, sehingga orang lebih mudah mengenalinya.

b. Aplikasi Properti

Adalah media aplikasi yang sifatnya lebih kedalam perusahaan itu sendiri.

- Papan nama perusahaan

  Media ini berfungsi sebagai penanda lokasi perusahaan berdiri/berada.
- Mobil operasional

  Mobil operasional berguna sebagai alat transportasi dalam menjalankan tugas kantor.
- Seragam

  Seragam berfungsi sebagai baju resmi dalam kantor, maupun dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan lain.

- Topi

  Media ini dipakai sebagai perlengkapan kantor ketika sedang melaksanakan tugas di luar ruangan.
- Sign system

  Sign system berfungsi sebagai penunjuk arah dan pengenal ruangan kantor.
- Brosur

  Menampilkan garis besar informasi tentang PT.PBB, sehingga masyarakat maupun mitra kerja dapat mengetahui sekilas tentang perusahaan.
- Box file

  Digunakan sebagai alat penyimpanan berkas data/kertas yang berharga.
- Binder ring

  Digunakan sebagai alat penyimpanan berkas data/kertas yang berharga.

c. Gimmiks

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

- Mug

  Mug digunakan sebagai alat untuk membuat suatu minuman.
- Jam

  Media ini dipakai sebagai tanda pengenal waktu.
- Kostum

  Kostum digunakan oleh para pemain Persib, guna mengkuti kompetisi olahraga sepakbola.
- Kalender duduk

Media ini sebagai pengingat tanggal dan hari dalam menjalankan pekerjaan.

- Pin

  Pin digunakan sebagai alat promosi.