BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan pesan serta informasi dari suatu perusahaan atau produk kepada target sasarannya atau konsumen. Strategi komunikasi dalam perancangan identitas bengkel Langgeng Jaya ini lebih kepada mengenalkan dan memberikan informasi tentang bengkel ini. Dan memberikan kesan yang ingin disampaikan oleh bengkel ini yaitu memberikan informasi kepada masyarakat bahwa bengkel Langeng Jaya merupakan bengkel yang khusus menangani modifikasi untuk mobil – mobil tua atau lama. Strategi yang perlu dilakukan yaitu strategi yang bersifat informatif, artinya memberikan informasi kepada masyarakat tentang tampilan visual, dan pesan utama yang ingin disampaikan.

3.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi merupakan hal yang sangat penting agar identitas visual dan komunikasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dalam perancangan identitas visual Langgeng Jaya ini ada tiga tujuan utama strategi komunikasi, yaitu :

1. Memberikan identitas visual yang jelas, konsisten dan mampu mencerminkan perusahaan Langgeng Jaya.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang bengkel Langgeng Jaya yang khusus memodifikasi mobil lama.

3. Memberikan ketertarikan kepada masyarakat terhadap logo maupun atribut identitas visual lainnya sehingga masyarakat akan terus mengingat bengkel ini dan memodifikasi kendaraannya di bengkel ini.

3.1.2 Tema atau Pesan Utama

Pesan utama dalam perancangan identitas visual Langgeng Jaya ini adalah menyampaikan informasi bahwa Langgeng Jaya adalah bengkel yang khusus memodifikasi mobil-mobil tua atau lama dan Langgeng Jaya sebagai bengkel yang mempunyai pengalaman dalam memodifikasi mobil tua.

Dari pesan utama diatas didapat tagline, yaitu “Pilihan terbaik untuk mobil tua anda”.

3.1.3 Target Sasaran

Targer sasaran disegmentasikan menurut segi demografis, psikografis ,geografis dan sosial ekonomi.

1. Demografis

   -Pelanggan lama bengkel Langgeng Jaya
   -Pelanggan baru bengkel Langgeng Jaya
   -Laki-laki atau perempuan yang berusia antara 17 – 40 tahun.

2. Psikografis

   -Masyarakat yang menyukai mobil tua.
   -Masyarakat yang dinamis.

3. Geografis

   Perancangan identitas perusahaan ini ditujukan untuk masyarakat perkotaan, khususnya yang berada di daerah Depok, Jakarta dan kota – kota besar lainnya.

4. Sosial Ekonomi

   Ditujukan untuk masyarakat yang menengah-atas. Salah satu indikatornya adalah kepemilikan mobil tua yang membuat pemiliknya untuk mengeluarkan biaya lebih untuk hal ini.

3.2 Strategi Kreatif

Setelah melakukan analisa data-data perusahaan, maka dilakukan pendekatan kreatif untuk merancang identitas visual untuk perusahaan ini. Pendekatan ini dilakukan melalui identifikasi simbol yang melambangkan mobil tua dan pesan utama yang diinginkan, persepsi karyawan dan masyarakat mengenai bengkel langgeng jaya dan *positioning* perusahaan ini yang merupakan bengkel yang khusus memodifikasi mobil tua.

- Pembuatan *Tagline*

  Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tagline* ini berdasarkan *statement* dari hasil penelitian di lapangan dengan mewawancarai pegawai Langgeng Jaya dan pelanggannya. Dari penelitian ini diketahui bahwa Langgeng Jaya merupakan bengkel yang khusus untuk modifikasi mobil tua saja dengan tenaga ahli yang berpengalaman, maka *statement* nya yaitu : "Bengkel yang khusus untuk modifikasi mobil tua dengan tenaga ahli yang berpengalaman."

  Dari *statement* tersebut didapat *tagline* nya, yaitu : "Pilihan terbaik untuk mobil tua anda."

- Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari *statement* yang telah didapatkan, yaitu : “Bengkel yang khusus menangani mobil tua dengan tenaga ahli yang berpengalaman”. Dari *statement* ini didapatkan kata kunci yang ingin disampaikan yaitu “pengalaman”.

3.3 Strategi Media

Media merupakan suatu alat penghubung dan penyampai pesan antara komunikator dengan sasarannya. Berikut ini adalah media-media yang dipilih dan digunakan dalam perancangan identitas visual Langgeng Jaya.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan identitas visual ini adalah *Manual Book. Manual Book* merupakan buku pedoman mengenai ukuran dan layout logo serta penerapannya dalam media lainnya.

b. Media Lainnya

Media yang digunakan merupakan kelengkapan dari perancangan identitas visual ini yang menjadikannya suatu kesatuan identitas yang konsisten. Media – media ini yaitu : kertas surat, amplop, kartu nama, ID card, kwitansi, memo, seragam pekerja dan staff kantor, website, billboard, dan ada juga gimmick atau merchandise seperti : pin, sticker, t-shirt, gantungan kunci.

3.4 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam Identitas Langgeng Jaya ini menggunakan karakter burung hantu yang digabungkan dengan roda mobil. Karakter burung hantu diambil karena melambangkan pengalaman dan roda mobil yang berarti bergerak terus ke depan.

Secara keseluruhan identitas visual yang akan ditampilkan memadukan antara pesan yang akan disampaikan dengan pemilihan ilustrasi visual, yang meliputi :

1. Ilustrasi

   Ilustrasi yang ditampilkan dalam identitas visual ini adalah burung hantu dan roda mobil. Burung hantu melambangkan pengalaman sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan identitas visual ini. Sedangkan roda mobil menunjukkan bahwa perusahaan ini selalu bergerak ke depan menuju ke arah yang lebih baik lagi.

2. Warna

   Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual ini menggunakan warna hitam dan cokelat. Warna cokelat menunjukkan suatu kesan elegan, klasik dan persahabatan. Sedangkan warna hitam menunjukkan kesan kekuatan, kecerdasan dan profesional.

3. Tipografi

   Jenis huruf yang digunakan pada perancangan ini adalah jenis huruf Gerogia (TrueType) yang mempunyai kesan klasik namun tegas sehingga mempunyai keterbacaan yang jelas sesuai dengan kesan yang ingin disampaikan dalam identitas visual ini.

a b c d e f g h I j l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0