BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari identitas visual mengenai PT. BPR Syariah Tanggamus yaitu merancang atau membuat logo.

III.1.1 Tujuan Perancangan

Tujuan komunikasi perancangan antara lain:

- Memberikan identitas perusahaan yang jelas sehingga dapat mencerminkan bidang usahanya.
- Memberikan logo yang baru, dimana logo baru bisa mudah diingat.
- Memberikan kesan komunikasi yang kuat pada perusahaan.

Dalam perancangan identitas visual PT. BPR Syariah Tanggamus dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat menyelesaikan masalah dengan baik. Maka perancangan logo baru diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada pada identitas visual PT. BPR Syariah Tanggamus, serta dapat meningkatkan citra perusahaan. Dengan memperhatikan visi dan misi untuk menjadi perusahaan perbankan yang fokus pada kemajuan ekonomi dan nasabah atau masyarakat wilayah Kabupaten Tanggamus.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan dalam penyampaian informasi agar dapat diterima dengan baik, atau memiliki kesan pesan yang disampaikan pada bentuk logo. Identitas visual dapat diartikan sebagai penyampaian kesan dan pesan.

Tagline PT. BPR Syariah Tanggamus adalah **“BERSAMA-SAMA DAN SALING MEMBANTU”**

III.1.3 Pendekatan Visual

Komunikasi pendekatan visual mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi ini menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar visual yaitu yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesannya adalah dengan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna ataupun pesan.

Pendekatan visual dituangkan dalam bentuk karakter perusahaan perbankan yang meningkat dan sudah terkenal dimana-mana. Visual logo diwakilkan oleh budaya kerja dan visi misi PT. BPR Syariah yang dikombinasikan dengan dua tangan yang saling bergenggaman, bersalaman atau berpegangan, begitu pula dengan warna pada logo menggunakan gradasi warna biru dan orange atau salem. Agar dapat mudah dipahami dan memiliki makna yang mendalam dari bentuk identitas visual. Sedangkan penggunaan tipografi dipilih jenis huruf yang memiliki karakter yang sesuai dengan perbankan, berkesan tegas dan jenis huruf juga mempunyai tingkat keterbacaan yang baik untuk dilihat dan dibaca.

III.1.4 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara mengkomunikasikan dengan adanya tentang keunggulan perusahaan melalui membantu atau tolong menolong dan saling berbagi dalam PT. BPR Syariah Tanggamus.

III.1.5 Pesan Utama

Pesan utama dalam perancangan logo PT. BPR Syariah Tanggamus adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat atau nasabah bahwa PT. BPR Syariah Tanggamus merupakan perusahaan perbankan yang juga memiliki keistimewaan dan keunggulan dalam melayani nasabah dengan baik, nyaman dan aman.

Target sasaran:

- Masyarakat atau nasabah yang membutuhkan bank untuk menabung, meminjam dan lain-lain
- Masyarakat atau nasabah yang menginginkan bank tersebut nyaman dan aman ditingkatkan

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah merancang logo PT. BPR Syariah Tanggamus, dimulai dengan pemahaman pesan visi misi dan budaya kerja PT. BPR Syariah Tanggamus.

Definisi Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). (Harold Lasswell, 2007)

Untuk menyampaikan identitas visual PT. BPR Syariah Tanggamus yang lebih baik, maka perlu beberapa hal yang harus menjadi perhatian pada perancangan logo PT. BPR Syariah Tanggamus:

1. Identitas visual dapat mencerminkan perusahaan dibidang perbankan, yang ingin meningkatkan perusahaannya
2. Logo dapat menyampaikan visi misi dan budaya kerja
3. Logo dapat mengikuti perubahan dalam perkembangan jaman

III.1.7 Strategi Media

Media-media yang dipilih adalah berdasarkan sifat dan kebutuhan perusahaan PT. BPR Syariah Tanggamus, permasalahan dari objek penelitian adalah:

1. Media utama:

Manual book

Media utama yang dibuat manual book. Dengan adanya manual book yang berisi perancangan identitas visual diharapkan perkembangan BPR Syariah Tanggamus mengarahkan yang lebih baik dengan adanya perancangan logo.

2. Media internal dan eksternal:

1) Internal:

a. Identitas dan aktivitas karyawan:

- Kartu nama
- Kertas surat
- Amplop
- *ID card/name tag*
- Buku agenda
- Pulpen
- Kalender meja
- Tanda meja
- Seragam

b. Pelayanan Nasabah:

- ATM *card*
- Buku tabungan
- Bukti penarikan
- Bukti setoran
- Bukti transfer

2) Eksternal:

a. Berhubungan dengan aktivitas luar ruangan:

- Mobil dinas

b. Identitas kantor:

- Logo letakan di *teller*
- *Sign system*

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam perancangan ini, informasi harus sampai kepada *target audience*, maka diperlunya strategi dalam mendistribusikan media informasi. Adapun yang menjadi bagian dari strategi distribusi media, yaitu distribusi media berdasarkan lokasi penyebaran dan distribusi media berdasarkan waktu penyebarannya.

Berikut dibawah ini tabel jadwal penyebaran media yang akan dilakukan, yaitu:

- Geografis: Kabupaten Tanggamus
- Lokasi penyebaran: di PT. BPR Syariah Tanggamus Jl. Merdeka No. 4-5 Komplek Ruko Pasar Baru Kotaagung Kabupaten Tanggamus.

III.2 Konsep Visual

Desain yang baik adalah desain yang telah mempunyai konsep yang terencana, sehingga visual yang tercipta akan menarik. Konsep visual yang akan ditampilkan dalam media komunikasi adalah gambaran atau visual tentang identitas visual yang nantinya berpengaruh terhadap *target audience*.

Jenis logo adalah *logogram* yaitu sebuah simbol yang mewakili sebuah kata atau makna. Fungsinya adalah untuk mempersingkat penulisan sebuah kata. *Logogram* sering juga disebut *ideogram* (simbol yang mewakili sebuah ide atau maksud).

III.2.1 Format Desain

Perancangan logo PT. BPR Syariah Tanggamus yang ini bertujuan agar logo mampu mencerminkan dan mengkomunikasikan keberadaan dan tujuan dari perusahaan. Dengan maksud PT. BPR Syariah Tanggamus lebih berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat dengan bentuk visual logo yang lebih menarik, dengan citra yang tepat dan kuat di benak masyarakat.

Format logo PT. BPR Syariah Tanggamus adalah:

1. Bentuk logo berasal dari kata kunci visi misi dan budaya kerja perusahaan yaitu kepercayaan, membantu atau tolong menolong.
2. Logo dibentuk dari tangan yang saling bersalaman, berpegangan dan berjabatan dan berkembangnya ide-ide jadilah suatu bentuk logogram yang sesuai pada perusahaan.
3. Bertulisan **“BPR SYARIAH TANGGAMUS”** menggunakan jenis huruf *Poetsen One* yang berkarakter tegas dan mudah dibaca.

III.2.2 Tata Letak *(layout)*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mario R. Garcia dan Pegie Stark dalam Surianto Rustan (2010, 76) di daerah yang menggunakan bahasa dan tulisan latin umumnya orang membaca dari kiri ke kanan serta dari atas ke bawah. Selain itu arah gerak mata juga dipengaruhi oleh pembedaan dalam suatu tata letak misalnya warna, ukuran, *style*, dan lain-lain. Kebiasaan yang lainnya yaitu membaca sesuai dengan urutan tertentu.

Penataan elemen-elemen grafis yang muncul dalam identitas visual ini akan dikomposisikan dengan tidak terlalu rumit sehingga dapat terlihat kesan dan mudah diingat yang elegan dan sederhana tetapi juga mempertimbangkan sisi arah baca. Komposisi pun disesuaikan dengan format desain yang digunakan sesuai dengan lokasi penempatan media itu sendiri.

III.2.3 Konsep Logo

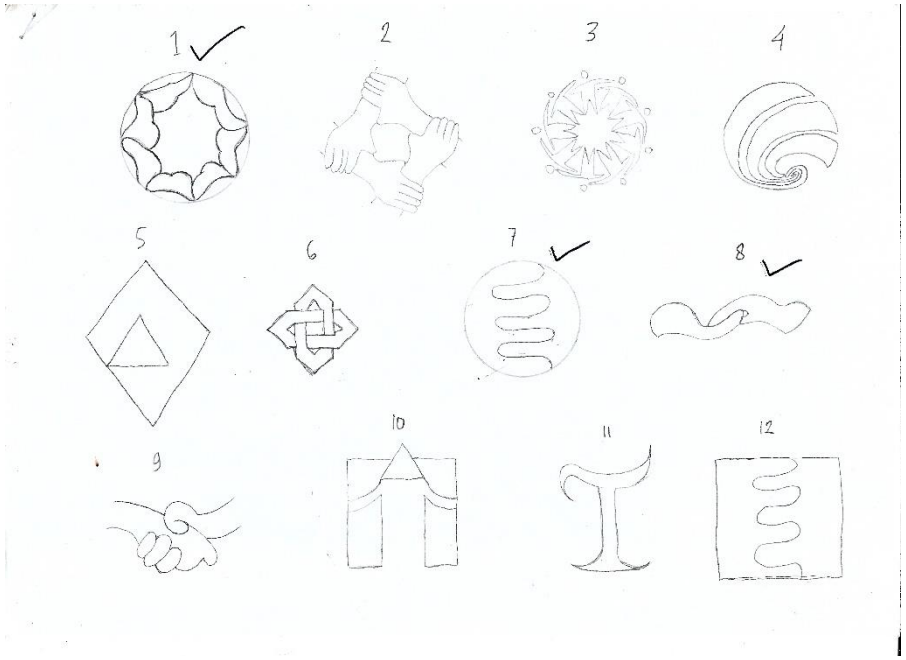
Logogram adalah sebuah simbol yang mewakili sebuah kata atau makna.

Perancangan visual pada konsep *logogram* PT. BPR Syariah Tanggamus adalah bagian dari tangan yang saling bersalaman, berpegangan atau berjabat tangan, karena berpegangan atau berjabatan tangan memiliki arti membantu atau tolong menolong sesuai dengan PT. BPR Syariah Tanggamus memiliki budaya dalam dunia kerja. Sehingga, berdasarkan dari simbol tersebutlah *logogram* PT. BPR Syariah Tanggamus.

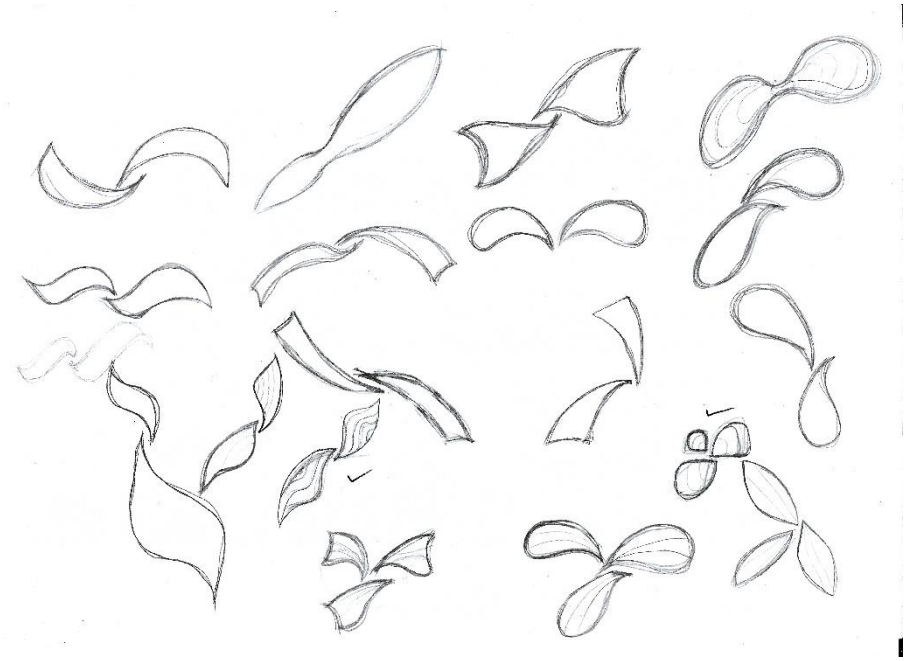
Perancangan visual dalam bentuk gradasi warna biru ada empat, dan warna orange ada lima, jika warna gradasi dijumlahkan ada sembilan warna gradasi, yaitu yang arti dari sembilan budaya kerja PT. BPR Syariah Tanggamus, sebagai berikut:

1. Islami
2. Asah, Asih dan Asuh
3. *Team Work*
4. Saling menghormati dan saling menyayangi
5. Sopan santun

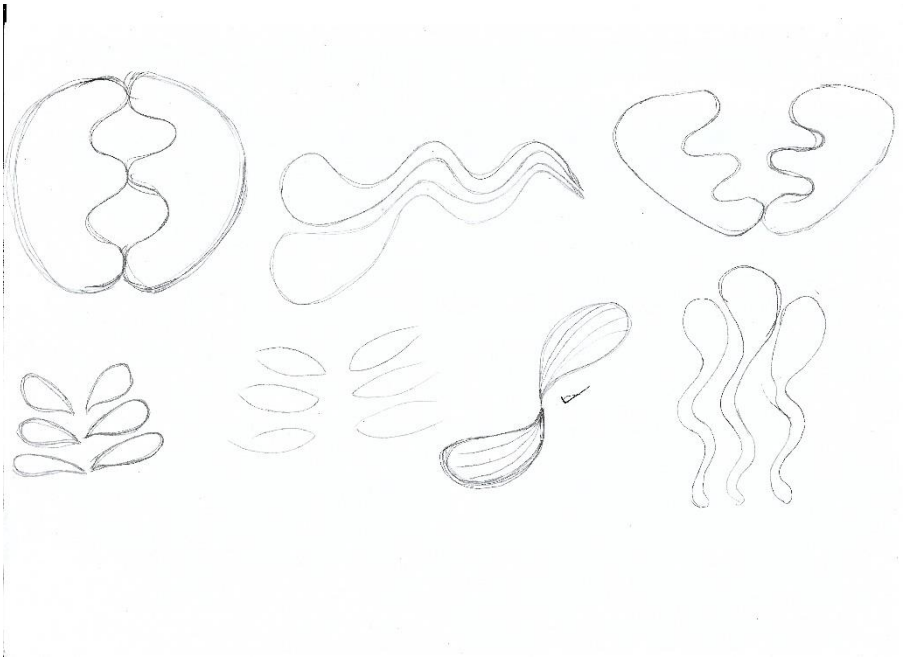
6. Membantu atau tolong menolong
7. Saling bagi ilmu
8. Kerja keras dan semangat
9. Saling memotivasi



Gambar III.1 Assistensi pembentukan awal logo *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.2 Perkembangan dari bentuk awal dan assistensi logo kedua *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.3 Perkembangan dari bentuk awal dan kedua *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.4 Assistensi penulisan, warna logo dan huruf *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.5 Assistensi huruf yang sesuai dengan logo *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.6 Assistensi posisi huruf dan penulisan atau *layout (Sumber: Dok Pribadi)*

III.2.4 Tipografi

Menurut Danton Sihombing (seperti dikutip Perdana, 2007) tipografi adalah "bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai

dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat."

Rangkaian huruf dalam sebuah kalimat bukan saja suatu makna yang mengacu pada suatu gagasan, tetapi juga mampu memberikan kesan secara visual. Pemilihan huruf harus sesuai dengan kesan yang ingin disampaikan dan mudah terbaca.

Penulisan harus jelas dan mudah terbaca, jenis huruf yang digunakan pada tulisan **"BPR SYARIAH TANGGAMUS"** adalah *"Poetsen One".* Dilihat dari bentuknya *font* ini termasuk kedalam jenis *Georgia*. *Font* seperti ini dapat memberikan kesan menekan dan tegas. Sesuai dengan pendekatan komunikasi yaitu mengajak, membujuk dan mempengaruhi *target audience*. *Font* seperti ini mudah terbaca.

Poetsen One

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,./<>?;':"[]{}-=_+!@#$%^&*()|\

II.2.5 Warna

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yag dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia (Junaedi, 2003, h.14). Warna bersifat subjektif karena warna memiliki hubungan yang sangat kuat dengan setiap individu yang melihatnya. Dalam hubungannya dengan logo, warna merupakan elemen yang sangat penting dalam peranannya sebagai media 21 pengingat (Adams, seperti dikutip Ramanda, 2011).

Warna biru secara psikologis, adalah warna yang termasuk tenang dan bersifat profesional. Efek lain warna biru adalah sering di anggap sebagai warna yang melambangkan kepercayaan. Warna biru melambangkan kesan Komunikasi, peruntungan yang baik, kebijakan, perlindungan, tenang, kelembutan, kedamaian, kepercayaan, loyalitas, kepandaian, kestabilan, kepercayaan diri, berbagi, persahabatan dan harmoni, kasih sayang. (Surianto Rustan, 2009)

Warna orange karena secara psikologis, adalah hangat dan ramah yang membuat orang merasa nyaman, persahabatan, pencapaian bisnis, karier, kesuksesan, kesehatan pikiran, keadilan, gerak cepat, ketertarikan. Disamping itu warna Orange memberi kesan yang kuat pada elemen yang dianggap penting. (Surianto Rustan, 2009)

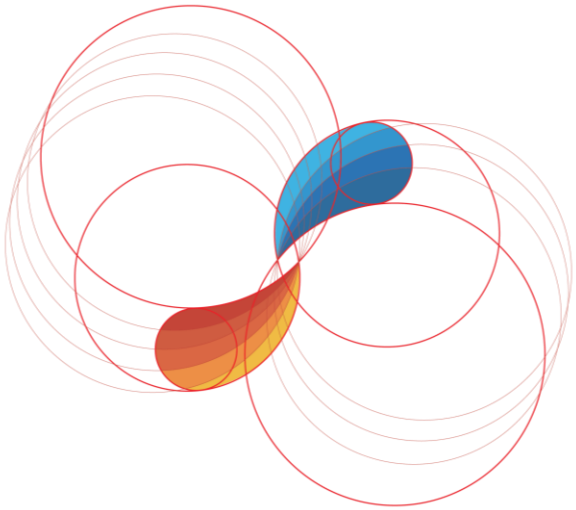
Untuk tulisan pada **"BPR SYARIAH"** berwarna biru dan **"TANGGAMUS"** berwarna orange. Pada karya ini agar tidak ada kesalahan dalam penggunaan maka kode warna CMYK telah ditentukan, sesuai penggunaan CMYK.



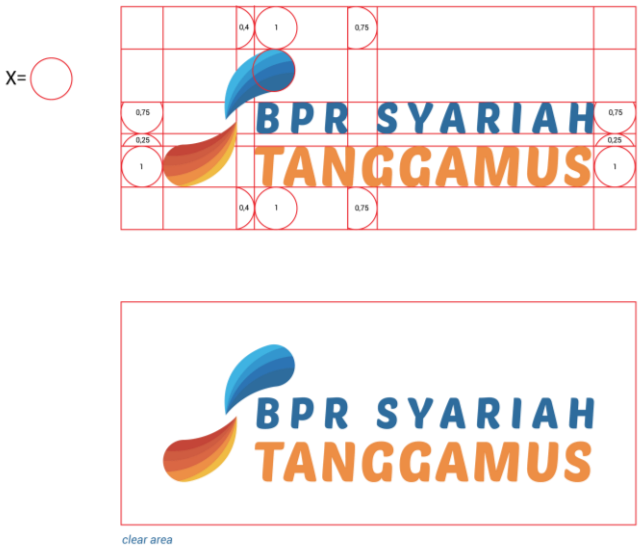
Gambar III.7 Bentuk *logogram* PT. BPR Syariah Tanggamus *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.8 Warna dan huruf PT. BPR Syariah Tanggamus *(Sumber: Dok Pribadi)*



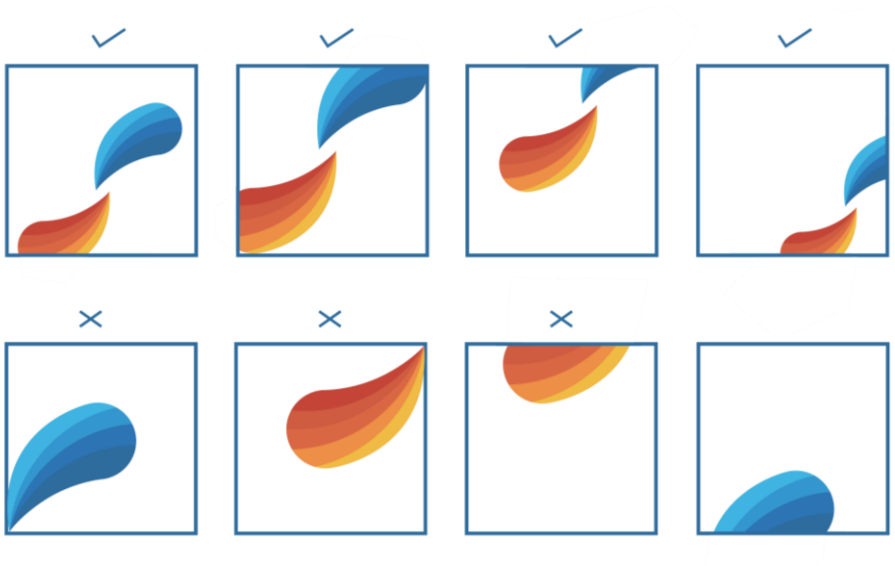
Gambar III.9 Sistem grida I *(Grid system) (Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.10 Sistem grida II *(Grid system)* dan *clear area (Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.10 Ukuran logo *(Logo size) (Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.10 Rekomendasi supergrafis *(Sumber: Dok Pribadi)*



Gambar III.10 Positif negatif dan variasi *(Sumber: Dok Pribadi)*