BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan serta informasi kepada target/khalayak sasarannya oleh seorang perancang (Desainer). Strategi komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan sebuah brand untuk Bandrek ini dugunakan dengan maksud agar pesan yang ingin disampikan kepada khalayak dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Dalam perangancangan *brand* untuk bandrek abah ini perlu dilakukan strategi komunikasi yang dapat memunculkan sebuah pesan dan citra dari gambar mengenai bandrek abah tersebut dengan menggunakan penampilan yang baru namun tidak menghilangkan kesan bandrek abah sebelumnya, diharapkan agar citra bandrek yang sebelumnya bisa tergantikan dengan penampilan *brand* bandrek yang baru tsb. Strategi komunikasi yang perlu dilakukan yaitu memunculkan *images* bandrek abah yang baru dan lebih *simple.* Strategi komunikasi bersifat:

a. *Awareness* (kesadaran)

Menyadarkan terlebih dahulu masyarakat akan manfaat minuman trasisional khususnya minuman bandrek akan manfaat yang terkandung di dalamnya.

b. Persuasif

Mempengaruhi dan mengajak masyarakat untuk mengkonsumsi minuman tradisional bandrek sebagai pengganti minuman modern yang mana minuman modern banyak mengandung zat kimia yang membahayakan.

c. Informatif

Memberikan informasi kepada masyaraka tentang tampilan visual yang baru pada Bandrek Abah. Dalam penyampaian pesan dilakukan dengan cara menyebarkan media informasi yang bersi tentang tampilan visual yang baru dari Bandrek Abah. Sebagai identitas, maka dirancang sebuah logo baru agar tercipta keseragaman pada media-media promosi sehingga media tersebtu berfungsi sebagai media penyampaian pesan/infromasi. Dalam menyampaikan informasi kepada *public* mengenai Bandrrek Abah, diartikan sebagai ”sebauah citra atau pandangan luar terhadap sesuatu produk/ perusahaan yang merupakan sebuah *item* pembeda atau ciri akan perbedaan yang satu dengan yang lainnya”. *Brand* adalah sebuah bentuk komunikasi penekanan kepada masyarakat, tidak hanya dijadikan orang yang melihatnya agar loyal kepada sebuah poduk atau jasa. Dengan strategi ini perusahaan dapat memperkenalkan produk yang dimilikinya.

3.1.1. Tujuan Komunikasi

Menurut R. Wyne Pace, Brent D. Peterson dan M Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for effective communication,* tujuan utama komunikasi yaitu sebagai berikut.(2003:51)

a. *To Secure Understanding*

Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunkasi. Dengan komunikasi yang baik diharapkan masyarakat dapat mengetahui, mengerti dan menerima pesan yang ingin disampaikan pada *brand* produk Bandrek Abah yang baru

b. *To Establish Acceptance*

Bagaimanan cara penerimaan itu terus dibina dengan baik, setelah pesan diterima oleh masyarakat maka promosi mengenai *brand* baru Bandrek Abah tersebut mulai melekat di hati mereka dan akan terus diingat.

c. *To Motive Action*

Agar masyarakat tertatirk mengkonsumsi Bandrek Abah sebagai minuman tradisional maka diberikan informasi yang jelas tentang manfaat dan keuntungan-keuntungan yang bisa diperoleh dari Bandrek Abah

3.1.2. Target Sasaran

Segmentasi yang dilakukan adalah dengan mempertimbangkan tingkat kemampuan masyarakat. Target sasaran yang dipilih untuk promosi Bandrek Abah, di antaranya:

a. Segmentasi

Primary : Masyarakat menengah ke atas

Scondary : Semua kalangan

b. Geografi

Wilayah : Bandung

Kepadatan : Kota

Iklim : Tropis

c. Demografis

Umur : 20 tahun- 35 tahun

Jenis kelamin : Laki- laki dan permpuan

Pekerjaan : Tak terbatas

Agama : Semua agama

Ras : Semua ras

Kebangsaan : Indonesia

d. Pisikografis

Kelas sosial : Menengah keatas

Gaya hidup : Santai dirumah

Kepribadian : Suka bersosialisasi

e. Prilaku

Kesempatan pengguna : Rutin

Setatus pemakai : Pemakai sedikit

Tingkat pakai : Pakai sedikit

Tahapan kesiapan : Mau beli

Sikap pada prodak : Positif

3.1.3. Pesan Utama/Tema Dasar Komunikasi

Pesan utama yang ingin disampaikan kepada masyarakat adalah menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk menggunakan mengkonsumsi Bandrek Abah sebagai konsumsi minuman sehari- hari. Karena Bandrek Abah sangat cocok di konsumsi melihat letak geografis kota Bandung dengan udara yang dingin itu sangat cocok di konsumsi sebagai minuman yang menghangatkan. Maka pesan utama yang diangkat adalah “minuman tradisional yang dapat meghangatkan tubuh”, dengan menampilkan *image* Bandrek Abah yang dikemas secara baik dan menampilkan visual yang menarik. Tema visual yang dipilih adalah *simple* berupa foto abah yang di buat secara ilustrasi mencerminkan bahwa *brand* baru Bandrek Abah yang lebih sederhanan dan dinamis.

Warna yang digunakan adalah warna-warna yang sesuai dengan citra Bandrek Abah yaitu kuning dan coklat.

3.2. Strategi Identitas Bandrek Abah

3.2.1 Positioning Bandrek abah

- Menyajikan ramuan tradisional Indonesia klasik
- Mempesembahkan minuman tradisional bandrek yang khas, berkualitas , bersih dan higienis.
- Terus berinovasi menghasilkan produk-produk yang mempunyai nilai tambah tinggi bagi kualitas hidup manusia.
- Menggunakan Ramuan Resep alami sejak tahun 1980

3.2.1 Key Word

Tradisional, Bandrek, Resep alami, Prodak bermuru tinggi

3.3. Strategi Kreatif

Pendekatan dilakukan dengan cara *awareness* (kesadaran) akan kandungan bahan yang terdapat pada bandrek, melalui pendekatan kebiasaan/ perilaku dari target *audience,* dan untuk merubah perilaku masyarakat akan manfaat mengkonsumsi minuman tradisional. Selain itu, pendekatan dilakukan melalui:

- Naskah atau teks

  Penggunaan judul bersifat mengajak dan juga mempengaruhi untuk menggunakan Bandrek Abah. *Headline* dan *tagline* yang berisi kata-kata yang mengundang keingintahuan target *audience*. Kata-kata yang digunakan seperti ” Pelopor minuman tradisional Bandrek di Bandung” Kata-kata ini dipakai sebagai *headline* pada iklan media cetak dan advetorial. “Sajak tahun 1980” Kata-kata ini dipakai sebagai

tagline pada iklan media cetak dan advertorial, serta pada aplikasi media lainnya seperti *gimmick,* kendaraan operasional dan sarana.

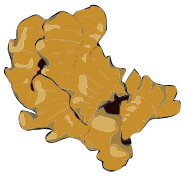
- Ilustrasi

  Ilustrasi yang digunakan dengan menggunakan ilustrasi foto Abah sebagai objek utama, tujuannya agar lebih mudah mengenal produk bandrek Abah oleh *audience.* Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang menggambarkan minuman ini minuman bandrek yaitu menggunakan ilustrasi jahe yang mencerminkan bahwa minuman Bandrek Abah sangat kuat rasa jahenya.



Gambar III.1

Pemilik dan pendiri Bandrek abah

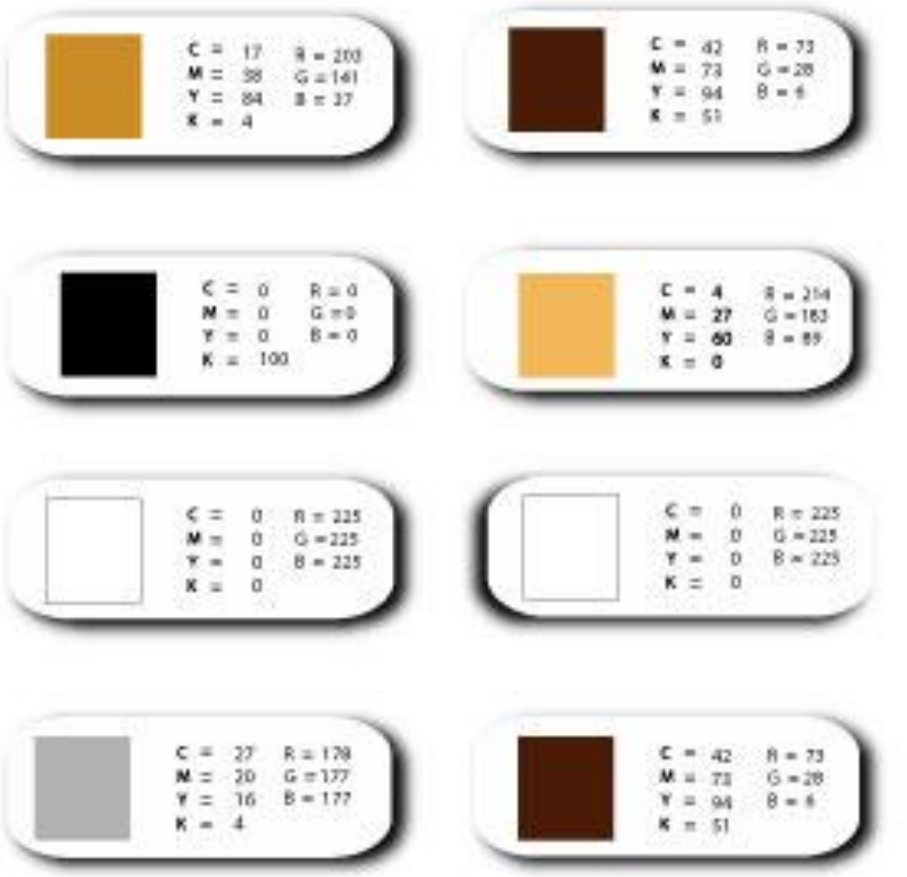


Gambar III.2

Jahe

- Warna

  Warna-warna yang digunakan dalam promosi ini yaitu warna-warna yang memberikan yang sudah menjadi cirri khas produk ini, dengan melihat aspek warna yang menarik untuk kemasan.



Gambar III.3

Standar Warna

- Lay Out

  Layout yang digunakan disesuaikan dengan media, logo dan body teks mempertimbangkan kompsosisi ukuran dan keseimbangan, agar tidak terlihat rumit.



Gambar III.4

Lay Out

3.4 Strategi Media

Media adalah alat penghubung antara komunikator dengan sasaran, serta alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran dengan perencanaan yang sitematis dan diharapkan masyarakat mau beralih menggunkan produk yang ditawarkan. Berikut ini akan dijelaskan tentang media yang akan diguanakan dalam promosi Bandrek Abah:

- Perlengkapan dan fasitas kantor

  Media ini merupakan media yang menjadi ciri khas perusahaan dengan menampilkan tampilan visual

- *Billboard*

  Media ini merupakan salah satu penyampaian pesan yang cukup efektif, karena ukurannya yang cukup besar sehingga penyampaian pesan atau informasi lebih mengena dan dapat memuat informasi yang cukup banyak serta jelas.
- Aplikasi pada Kemasan

  Merupakan salah satu faktor utama karena salah satu tujuan dari promosi ini yaitiu *re-design* tampilan visual.
- Iklan dan *Advertorial*

  Media pendukung utama utntuk mengenalkan tampilan baru Bandrek Abah
- *Merchandise*

  Masuk dalam kategori *acecories,* tetapi keberadaannya sangat vital, mengingat karyawan, distributor dan penjual mendapatkan Merchandise tersebut yang juga dapat berfungsi sebagai media promosi.
- Kendaraan Operasional

  Kendaraan berjenis truk ini merupakan salah satu media penyampaian pesan yang secara tidak langsung namun sangat efektrif, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran yang kebetulan melihat kendaraan ini di jalanan.

3.5 Konsep visual

Tema yang diambil dalam promosi Bandrek Abah yaitu sederhana. Visualisasi media promosi dirancang sedemikian rupa, agar pesan atau informasi yang ada pada media dapat mempengaruhi masyarakat untuk selalu memilih atau mengkonsumsi Bandrek Abah.

3.5.1 Logo



Gambar III.5

Logo Baru Bandrek Abah

3.5.2 konsep Logo



Gambar III.6

Konsep logo Bandrek Abah

3.5.3 Tipografi

Huruf yang baik yaitu mengarah kepada keterbacaan dan menarik. Selain itu, tipografi juga dapat mewakili karakter dari suatu objek. Dalam konsep perancangan ulang *brand* ini, jenis huruf yang digunakan untuk logo Bandrek Abah menggunakan huruf Tiff Hv BT

Contoh huruf Tiff Hv BT :



Gambar III.7

Logo type

Tipografi logo ini juga digunakan pada semua jenis media, Karena tujuan utama dari penyampaian pesan dalam perancangan ulang ini adalah untuk memberikan informasi sejelas-jelasnya kepada khalayak dan supaya *brand* Bandrek Abah ini memiliki suatu keseragaman baik itu visual yang satu dengan yang lainya. Pemilihan jenis huruf ini dirasa sangat tepat, karena huruf ini memiliki karakter huruf yang klasik, khas, dan mudah untuk dibaca serta tidak membuat mata lelah.

3.5.4 Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ulang ini adalah warna- warna yang mewakili karakter dari Bandrek Abah. Warna yang digunakan adalah warna cokelat di inspirasi oleh warna bandrek itu sendiri, dimana warna cokelat mempunyai arti tanah/bumi, *reability*, *comfort*, dan daya tahan. Kemasan makanan di Amerika sering memakai warna cokelat dan sangat sukses, tetapi di Kolumbia, warna cokelat untuk kemasan kurang begitu membawa hasil dan kuning menberi makna optimis bahwa Bandrek Abah akan selalu optimis akan menjadi banderk unggulan.



Gambar III.8

Standar Warna Logo Bandrek Abah

3.5.5 Ilustrasi

Dalam perancangan sautu media informasi diperlukan ilustrasi baik itu berupa gambar ilustrasi ataupun fotografi agar tampilan media terlihat menarik serta pesan yang akan disampaikan akan lebih bervaraisi. Maka dari itu pembuatan desain ini menggunakan foto abah sebagai icon merek bandrek abah dikarenakan agar ilustrasi pesan yang akan disampaikan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mengingat gambar dari pada tulisan atau kata- kata. Sedangkan fungsi dari fotografi adalah agar pesan terlihat lebih nyata. Dalam perancangan ulang ini, kebanyakan media akan menggunakan gambar fotografi, agar pembaca akan lebih cepat memahami pesan yang akan disampaikan.





Gambar III.9

Pemilik dan pendiri Bandrek Abah

3.5.6. Aplikasi pada produk

Format desain yang digunakan pada aplikasi produk terutama pada label kemasan menggunakan desain yang berbeda dengan label kemasan depan produk lain, dengan *differensiasi* ini diharapkan para konsumen dapat mengenali produk Bandrek Abah. Warna yang digunakan pada setiap kemasan diharapkan dapat memberi ingatan pada masyarakat . Warna yang digunakan dalam pembuatan desain kemasan adalah warna kuning dengan kombinasi coklat.