BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN

KONSEP VISUAL

3.1 Strategi komunikasi

Untuk menyampaikan suatu pesan dengan baik maka dibutuhkan data yang lengkap mengenai apa yang akan di sampaikan. Data yang diperlukan sudah dibahas pada bab sebelumnya serta landasan teori yang digunakan sebagai acuan. Logo ini dapat berupa gambar, tulisan, tipografi (huruf), warna, atau kombinasi dari semuanya. Logo tersebut bukan hanya sebagai identitas saja tetapi juga menampilkan citra produk beserta perusahaannya dan agar dapat dingat dalam benak masyarakat.

3.1.1 Tujuan komunikasi

Dalam perancangan sebuah logo dari suatu produk makanan tradisional borondong ini adalah untuk memberikan identitas yang mencitrakan produk borondong sebagai makanan tradisional serta untuk mengenalkan lebih jauh produk makanan tersebut yang memiliki potensi untuk berkembang dan bersaing dengan makanan lainya. Tujuan komunikasi yang

ingin disampaikan pada logo perusahaan Ma'Erah adalah sebagai perusahaan yang memiliki pengalaman yang sudah lama dan pertama mengkomersialkan produk makanan ini.

3.1.2 Tema Dasar Komunikasi

Tema dasar komunikasi adalah sebagai salah satu industi rumah tangga yang memproduksi makanan tradisional borondong yang sudah lama dari tahun 1960. Sudah memiliki prestasi dan penghargaan yang membanggakan di antara pengusaha borondong. Hal ini memberikan sebuah citra yang baik bagi perusahaan milik Ma'Erah ini dan nama ma'erah yang sudah di kenal dimasyarakat menjadi keuntungan tersendiri bagi industi yang dimliki Ma'Erah ini dengan pengalaman yang cukup lama. Serta berani berinovasi untuk mencoba membuat borondong aneka bentuk.

3.1.3 Positioning

Menjadi perusahaan yang pertama dalam industri borondong dan tetap mempertahankan ketradisonalnya serta menjadi produk unggulan bagi daerah asalnya yaitu kabupaten bandung.

3.1.4 Materi pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah tradisional dan warisan budaya kuliner yang sejak lama telah di lestarikan oleh perusahaan Ma'Erah ini yaitu tahun 1960 telah mengkomersilkan dan mengenalkan borondong pada masyarakat luas.

3.1.5 Target Audiens

Demografi

- Gender : Pria dan Wanita
- Usia : remaja, dewasa dan orang tua
- Status sosial : Menengah.

Psikografi

- Masyarakat yang menyukai makanan tradisional khas berbahan alami berupa snack dan makanan kecil

Geografis

- Masyarakat Kabupaten Bandung khususnya Jawa Barat
- Seluruh Masyarakat Indonesia pada umumnya.

3.2 Strategi kreatif

a. Memberikan motivasi

- Memberikan motivasi pada perusahaan agar percaya diri menjadi perusahaan makanan tradisional borondong dengan produk yang menarik dan unik serta menunjukan ke eksistensianya selama ini.

- Mengangkat citra: mengangkat citra bagi perusahaan dengan identitas yang jelas serta menjadikan produk lebih dikenal menarik, mudah untuk dibedakan dan di ingat.

- Esensi : Produk makanan borondong Ma'Erah ini adalah makanan tradisional yang di olah secara tradisional dengan bahan-bahan alami tidak mengandung bahan kimia yang dapat merusak kesehatan. Kemudian dengan prestasi serta kiprah Ma'Erah di industri borondong itu sendiri sudah cukup lama. Meberikan kekuatan tersendiri bagi perusahaanya untuk bersaing dengan industri lainya dengan penggunaan nama dan tahun menunjukan ke eksistensian perusahaan ini, selain itu karena makanan borondong ini merupakan warisan kuliner bangsa yang patut untuk dijaga dan dilestarikan menjadikan citra baik bagi perusahaan.

b. Pendekatan kreatif

Dalam perancangan sebuah logo agar menarik dan menjadi logo yang baik. Harus melakukan pendekatan kreatif terhadap logo yang di buat seperti apa dan elemen apa saja yang dapat digunakan di dalamnya, dengan memperhatikan ketentuan dalm merancang sebuah logo dan sesuai denganpesan yang ingin disampaikan.

3.3 Pendekatan visual

a. Bentuk logo

Bentuk yang dipilih untuk logo utama borondong Ma'Erah ini adalah berbentukoval sebagai bentuk sederhana dari tumpukan gabah padi yan disederhanakan dengan visual ilustrasi dan logo type berupa tipografi.

Visual ilustrasi adalah ilustrasi dari bahan utama pembuat borondong yaitu gabah padi ketan. Logo typenya itu adalah merupakan nama dari pemilik perusahaan yaitu Ma'Erah serta di dukung dengan keterengan lain seperti tahun 1960 yang merupakan awal dimulainya perusahaan ini hal tersebut menunjukan ke eksistensian perusahaan ini.

b. Layout

Layout yang di gunakan adalah landscape (horizontal) dengan penempatan unsur seperti gambar dan tipografi di susun secara dinamis dan seimbang.

c. Warna

Warna yang digunakan adalah warna mono kromatik yang serasi dengan warna yang mencitrakan tradisional berkesan klasik. Seperti warna coklat dari coklat gelap sampai terang. jenis warna CMYK karena ini untuk dicetak dan menghasilkan warna lebih baik karena lebih terang.

d. Tipografi

Untuk tipografi karena tema yang tradisional maka tipogafi yang cocok adalah huruf sambung untuk menunjukan kesan klasik. Serta tipografi lain jenis san serif sebagai tipografi pendukung.

e. Tema dan kesan

Tema yang digunakan adalah tradisional walaupun logo terkerkesan modern namun tradisional ini tetap di pertahankan karena ini merupakan logo industri makanan tardisional yang perlu di jaga ketradisionalanya. Unsur- unsur tradisional itu menjadi nilai lebih dari produk borondong ini dengan menampilkan elemen visual dari daun padi serta ilustrasi padi

menunjukan perusahan makanan juga merupakan bahan penting yang digunakn oleh perusahan untuk memproduksi borondong.

3.4 Strategi media

Dalam sebuah perancangan suatu karya seperti identitas visual maka perlu dipikirkan juga media yang akan digunakan karena media adalah alat yang berfungsi sebagai pelantara yang menghubungkan suatu kaya kepada audiencenya. Sehingga pesan yang disampaikan kedalam sebuah desain dalam hal ini adalah logo kepada target audiencenya akan tepat melalui sebuah media. Media yang dapat digunakan diantaranya adalah media cetak, elektronik atau juga media luar ruang.

3.5 Pemilihan Media

a. Media utama

- Manual book

  Manual book sebagai media utama dalam penyampaian identitas visual industri makanan borondong Ma'Erah, manual book tersebut berisi penjelasan secara rinci asal mula konsep perancangan identitas, komunikasi dan konsep visual hinga menjadi sebuah identitas visual berupa Logo perusahaan.

b. Media pendukung

- Stempel
- Kop surat
- Amplop C4 dan DL
- Kartu nama
- Kemasan
- Papan nama
- Kalender (gimik)

3.6 Konsep visual

3.6.1 Logo

a. Ilustrasi atau gambar

Menggunakan ilustrasi dari bentuk bahan-bahan pembuat borondong seperti gabah padi, gula aren, kelapa dan borondong itu sendiri. Pada logo yang digunakan ialah buah padi dengan batangnya serta elemen visual dari daun padi



Gambar 3.7

Sumber: dokumentasi pribadi

b. Tipografi

Font yang digunakan ialah font untuk logo type yaitu berupa huruf sambung bertuliskan Ma'erah.

Kedua font pendukung seperti keterangan menggunakan huruf jenis san serif.



Gambar 3.8

Sumber: dokumentasi pribadi

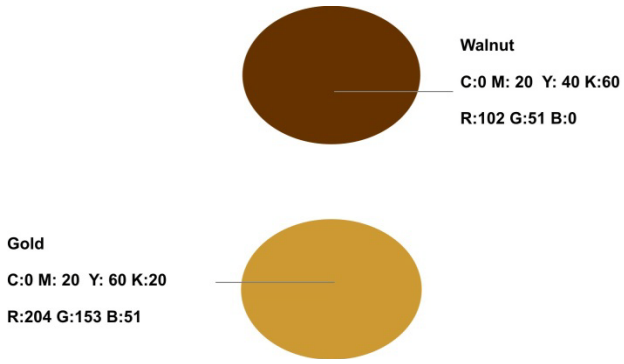


Gambar 3.9

Sumber: dokumentasi pribadi

c. Warna

Warna-warna yang digunakan adalah jenis warna CMYK juga dapat menggunakan format RGB. warna yang dipilih adalah warna yang berkesan klasik seperti coklat, hingga menunjukan ketradisionalan.



Gambar 3.10 warna

Sumber: dokumentasi pribadi

3.6.2 Konsep Aplikasi media

a. Manual book

konsep aplikasi pada manual book logo ditampilkan pada cover depan ditambah dengan elemen visual untuk memberikan identitas sesuai dengan identitas logo itu sendiri.

b. Stempel

logo ditempatkan pada stempel berbentuk elip sesuai logo warna cap/stempelnya berwarna coklat.

c. Kop surat

Logo diletakan bagian kanan atas dimbahakan elemen visual di bagian bawah beserta alamat perusahaan

d. Amplop DL

Amplop DL digunakan untuk menyimpan dokumen penting atau resmi tidak boleh terlipat. Logo ditempatkan di bagian kanan atas.

e. Amplop C4

Amplop C4 digunakan untuk menyimpan dokumen penting atau alat komunikasi kepentingan surat-menyurat. Logo ditempatkan di bagian kanan atas.

f. Kartu Nama

Kartu nama sebagai identitas bagi pegawai atau pemilik perusahaan penempatan logo di bagian kanan atas.

g. Kemasan

Aplikasi pada media kemasan sebagai media utama diletakan pada bagian tengah kemasan memanjang.ini dengan system

label kemasan yang dicetak pada kertas logo ditempatkan di pojok kanan atas.kemasan terdapat 2 jenis plastik dan juga dus dengan ukuran 20cmx20cm dengan tebal 6cm. penempatan logo pada kemasan dus juga di letakan pada bagian pojok kanan atas dengan tagline serta pada kedua sisinya.

h. Papan nama perusahaan

aplikasi pada media pendukung ialah pada papan nama perusahaan logo diletakan di bagian pojok kanan bawah.

i. Kalender

Kalender untuk media pendukung dalam hal ini adalah untuk media promosi terhadap perusahaan kalender juga merupakan gimik yang diberikan untuk konsumen.