BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1. Strategi Komunikasi

Dalam pembuatan identitas visual pada Surabi Imut, cara berkomunikasi harus diperhatikan. Baik dari sisi budaya perusahaan, maupun dari sisi konsumen dan budaya berkomunikasi di lingkungan sekitar. Apabila hal ini tidak diperhatikan, yang terjadi adalah kegagalan dalam menyampaikan pesan dalam identitas visual.

Komunikasi yang digunakan adalah tradisional, segar, dan berkelanjutan. Mengingat rumah makan ini mempertahankan sifat tradisional dari sisi makanan, sifat segar dari bahan pendamping makanan yang beragam dan mengikuti perkembangan zaman, serta berkelanjutan yang merupakan representasi dari upaya untuk bertahan dan berkembang.

3.1.1.1. Pendekatan Verbal

Melihat kembali target *market* Surabi Imut yang tidak hanya berasal dari Bandung saja, sangat tidak memungkinkan apabila menggunakan bahasa Sunda.

Dengan demikian, bahasa yang digunakan dalam menjelaskan keterangan identitas visual adalah Bahasa Indonesia yang baik dan tidak menggunakan istilah-istilah asing agar bisa dimengerti oleh semua orang.

3.1.1.2. Pendekatan Visual

Tampilan visual yang akan dimunculkan kedalam identitas visual Rumah Makan Surabi Imut adalah representasi dari konsep verbal, yaitu bersifat tradisional, segar, dan berkelanjutan.

Unsur-unsur yang akan digunakan merupakan interpretasi dari konsep tersebut. Konsep ini diterjemahkan dalam beberapa pilihan unsur visual diantaranya bentuk dasar yang bersifat dinamis, pemilihan karakter yang berkaitan dengan sifat tradisional, segar dan berkelanjutan.

3.1.2. Strategi Kreatif

Untuk mendukung visualisasi logo yang ekspresif dan tidak meninggalkan sisi tradisional dari surabi, dibuat elemen visual yang diperoleh dari hasil penyederhanaan bentuk. Dalam hal ini bentuk kue surabi yang berupa lingkaran adalah relevan dengan bentuk dasar bulat. Bentuk ini dapat diinterpretasikan dengan beberapa sifat yang dinilai dekat dengan konsep yang diharapkan.

Selanjutnya unsur lain dapat digunakan sebagai gagasan kreatif, salah satunya adalah proses pembuatannya, termasuk bahan pelengkapnya, seperti cairan santan ataupun cairan gula merah.

Dalam hal ini sifat produk pembuatnya yang cair, proses pemasakan yang menghasilkan produk matang yang kemudian disantap selagi hangat, merupakan representasi konsep yang disusun. Sifat-sifat inilah yang secara bertahap dimanfaatkan untuk menyusun bentuk logo yang akan dibuat.

3.1.3. Strategi Media

Identitas visual Rumah Makan Surabi Imut akan dikemas kedalam logo. Aplikasi logo ini disusun pada beberapa media pendukung keberadaan rumah makan ini.

Adapun beberapa media pendukung yang merupakan hasil penerapan logo kedalam beberapa media, diantaranya:

- *Sign System*
- Daftar menu
- Kartu Nama
- Kop surat,
- Nomor Meja
- Sampul Nota
- Piring, dan
- Kaos Seragam

3.2. Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan identitas visual Surabi Imut ini menggunakan penyederhanaan dari berbagai bentuk asli yang memiliki kaitan erat dan menjadi ciri khas utama dari surabi yang merupakan ikon makanan khas Kota Bandung. Melalui tahapan pemilihan, penyederhanaan, sampai penataan bentuk-bentuk tersebut kedalam satu kesatuan yang saling mendukung tersebut, bisa didapatlah pencerminan identitas Rumah Makan Surabi Imut secara visual.

3.2.1. Konsep Logo

Konsep logo yang dibuat untuk Rumah Makan Surabi Imut diperoleh dari sesuatu yang menarik perhatian melalui warna dan rasa. Melalui tampilan logo yang unik, mudah diingat dan memiliki tingkat keterbacaan yang baik.

Untuk mendapatkan kesan seperti itu, setelah melalui beberapa percobaan bahan, didapatlah pendekatan secara visual melalui cairan gula merah atau lebih dikenal dengan nama *kinca.* Pemilihan kinca, karena sifatnya yang cair, sehingga memiliki fleksibilitas tinggi. Sesuai dengan konsep yang diangkat. Masih terikat dengan sifat tradisional, sekaligus segar karena harus dikonsumsi dalam waktu yang tidak lama, dan yang terakhir sesuai dengan sifatnya yang lentur, bersanding sejajar dengan berkelanjutan.



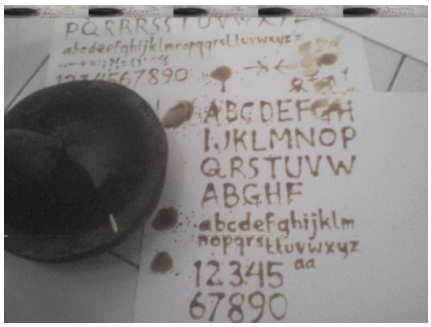
Gambar 3.1. Gambar contoh coretan kinca diatas kertas

Sumber: Dokumen Pribadi

Bentuk logo dibuat bulat seperti bentuk surabi, tetapi tampak seperti coretan untuk mencerminkan kesegaran yang berkelanjutan. Selanjutnya bentuk dibuat terpisah-pisah, menunjukkan gerak berputar membentuk lingkaran.

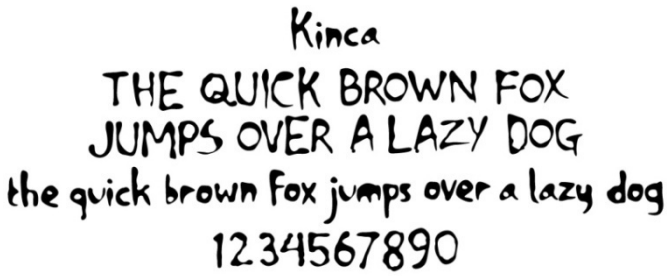
3.2.2. Tipografi

Konsep tipografi yang bersifat eksperimental sangat dibutuhkan untuk mampu merepresentasikan sifat inovatif dari Surabi Imut yang mampu memberikan sesuatu yang baru bagi para konsumennya. Tipografi yang telah dibuat, selain harus memiliki sifat-sifat tersebut harus bisa dibaurkan sebagai pendukung logo dan menjadi ciri khas dari identitas Surabi Imut.



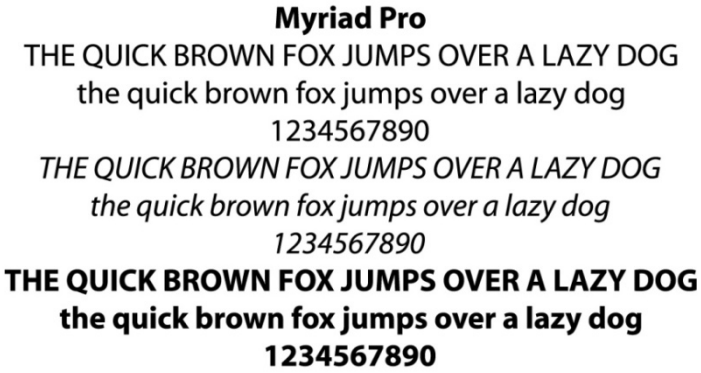
Gambar 3.2. Gambar contoh huruf yang terbuat dari kinca

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3.3. Gambar tipografi kinca yang sudah digambar ulang

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3.4. tipografi Myriad Pro *Regular*, *Italic* dan *Bold*

Sumber: Dokumen Pribadi

Tipografi dibuat sejenis dengan karakter logo, yaitu menggunakan cairan kinca. Cairan ini dikemas membentuk huruf-huruf yang nantinya akan digunakan untuk mendukung keberadaan logo dan aplikasi desainnya.

3.2.3. Warna

Logo baru Surabi Imut menggunakan tiga warna yang diambil dari palet *Pantone Solid Coated* dan ditetapkan sebagai warna utama hasil pemilihan untuk mendapatkan warna yang memunculkan makna-makna baik.



Warna hitam digunakan sebagai warna *logotype.* Warna ini diambil dari palet *Pantone Solid Coated* karena takaran campuran warna CMYK sama rata 100%. Warna hitam menampilkan kesan profesional, tingkat pengetahuan yang lebih dalam, modern, sesuatu yang baru, dan mewakili sifat padat.



Warna cokelat dengan kode *Pantone* 159c ini digunakan sebagai warna *logogram* dari logo Surabi Imut yang baru. Warna ini mewakili kejayaan, klasik, tradisional, menyatu dengan alam, dan mewakili warna gula.



Warna cokelat dengan kode *Pantone* 181c digunakan sebagai warna *logogram* Surabi Imut setelah warna cokelat 159c. Warna ini mewakili sifat tradisional, klasik, alami, dan mewakili warna makanan cokelat.



Warna hijau dengan kode 394c dipilih untuk warna hijau lembaran daun pisang. Warna hijau ini dipilih karena termasuk warna yang mampu membangkitkan selera makan dan menampakkan kesegaran.



Warna hijau 394c dipadukan dengan warna hijau muda dengan kode *Pantone* 360c yang digunakan sebagai garis-garis vertical agar terlihat penurunan warnanya dengan jelas dan memperlihatkan pendekatan yang jelas kepada bentuk asli dari daun pisang.

Warna-warna ini digunakan pada logo beserta aplikasi logo pada media.