BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Pengertian yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah memberitahukan keberadaan Tahu Tauhid, yang menyediakan berbagai macam jenis macam jenis varian tahu.

Hal tersebut dikomunikasikan kedalam sebuah visual sebuah desain kemasan yang baik pada setiap kemasan tahu yang ada, sehingga perusahaan tersebut memiliki citra yang kuat dan melekat di masyarakat/konsumen.

3.1.1 Materi Pesan :

a) Tahu tauhid merupakan makanan yang berbahan dasar kacang kedelai.
b) Tahu mentah (kuning) merupakan produk utamanya.
c) Pemilik perusahaan bernama Boy dan Furqon, ST.
d) Produk terbuat dari bahan – bahan pilihan.
e) Perusahaan berdiri sejak 1985.
f) Dikonsumsi untuk oleh-oleh atau makanan pokok.
g) Menyediakan makanan khas Lembang.

Tujuan komunikasi perancangan :

a) Memberikan sebuah visual pada kemasan agar dapat memperkuat perusahaan.
b) Memberikan kesan keunikan dan kelebihan pada Tahu Tauhid.

3.1.2 Tema/Pesan Utama

Pesan utama dalam perancangan Desain Kemasan Tahu Tauhid adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat atau konsumen bahwa Tahu Tauhid menyediakan berbagai jenis *varian tahu*, tahu yang bebas formalin, dan pewarna dengan kemasannya yang cukup berbeda.

- *Positioning*

  Untuk dapat menempatkan produk perusahaan di benak/pikiran masyarakat sebagai target sasaran merupakan suatu hal yang penting karena ini berhubungan dengan citra perusahaan tersebut. Dengan produk yang bermanfaat dan berkualitas bagi masyarakat, maka diperlukan desain kemasan yang cukup baik dapat menunjukan kekuatan karakter perusahaan sehingga menimbulkan suatu kebanggaan bagi masyarakat yang menggunakannya.

3.2 Analisa Visual

Pada kemasan dan logo Tahu tauhid secara keseluruhan visual Nampak jelas namun dari hasil penelitian ditemukan tidak konsistennya pengaplikasian visual pada kemasan, dan tidak adanya spesifikasi produk yang dikeluarkan.

3.3 Strategi Kreatif

Perancangan Desain Kemasan Tahu Tauhid , dimulai dengan

3.3.1 Pendekatan Kreatif

3.3.1.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan dalam perancangan kemasan Tahu Tauhid ini dengan membuat merek dagang yaitu dengan cara membuat merek Tahu Tauhid, sub-merek, dan juga tagline.

3.3.1.2 Pendekatan Visual

Dengan cara memadukan berbagai macam warna, warna yang dominan adalah warna merah. Sedangkan warna pada kemasan digunakan warna merah dan coklat.

3.4 Strategi Media

Media yang akan digunakan meliputi :

3.4.1 Media Utama

Media utama yang di gunakan dalam Perancangan Desain Kemasan Tahu Tauhid adalah Kemasan produk Tahu Tauhid.

3.4.2 Media pendukung

Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

- Media Promosi

  a. Display

  Merupakan salah satu media yang membantu penempatan kemasan, *display* tersebut akan disimpan datas meja sehingga konsumen dapat melihat contoh kemasan yang dimiliki tahu tahu tauhid.

  b. Brosur

  Merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif untuk memberi informasi kepada setiap orang, tentang keberadaan Tahu Tauhid, dan varian tahu yang ada didalamnya.

  c. Iklan Cetak (Tabloid)

  Media ini sering dipakai oleh perusahaan atau industri makanan, dalam hal mempromosikan produk yang akan

dijual. Sehingga sangat efektif dalam menyampaikan suatu informasi terhadap target audience yang dituju.

d. X-Banner

Media yang merupakan membatu perusahaan untuk memberi informasi kepada setiap orang yang melihatnya, tentang produk apa saja yang ada atau dikeluarkan oleh perusahaan.

e. Mobil box

Salah satu media promosi yang cukup efektif untuk menginformasikan kepada setiap orang yang berada dijalan yang belum mengetahui keberadaan Tahu Tauhid.

- *Stastionery*

1. Daftar Menu

   Media yang menginformasikan produk yang dijual kepada konsumen, media ini merupakan salah satu sarana yang mempermudah konsumen mengetahui atau mencari produk yang dibutuhkannya.

2. Kalender

   Merupakan media yang dapat diletakkan di perusahaan, agar mempermudah mengingat sesuatu sekaligus media promosi bagi orang yang melihatnya.

- Seragam

1. Seragam

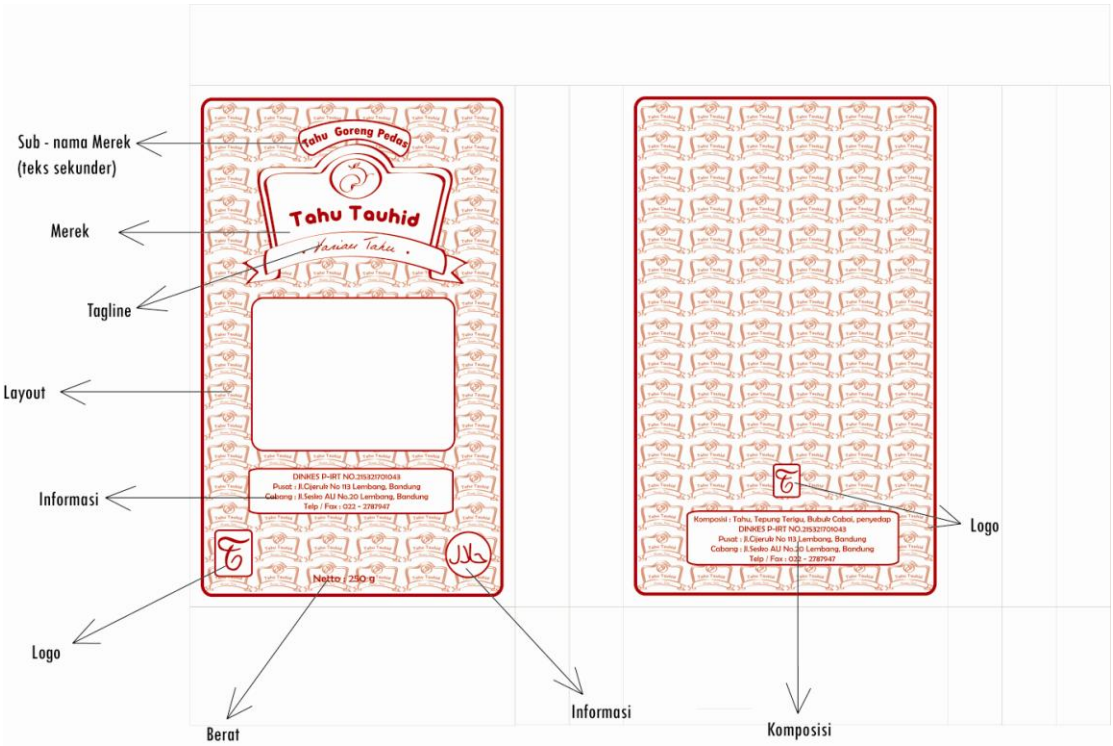
   Merupakan salah satu media yang digunakan pegawai. Memudahkan membedakan antara konsumen dan pegawai.

2. Celemek

   Salah satu media yang digunakan oleh pegawai untuk membedakan antara koki dan pegawai biasa.

3.5 Konsep Visual

3.5.1 *Layout* Kemasan



Gambar 3.1 *Layout* Kemasan (potrait)

Merek

Sebuah nama, tanda kepemilikan dan representasi produk dan tempat. Merek disini adalah Tahu Tauhid.

Sub - nama Merek (teks sekunder)

Berupa Ragam atau macam yang dikeluarkan oleh merek tersebut. Misalnya : Tahu Mentah, Tahu Keju, Risoles Tahu, Tahu *Crispy,* dan Tahu Pedas.

Layout

Layout yang digunakan berupa ilustrasi dari merek produk tersebut, dan diperbanyak kemudian warna *oppacity* diturunkan 50%, dikarenakan agar *layout* tersebut tidak menjadi suatu yang dominan, dengan di perbanyaknya ilustrasi merek tersebut akan menimbulkan sebuah motif tersendiri yang berkesan tadisional.

Informasi

Informasi yang dicantumkan berupa alamat pembuatan produk, atau alamat perusahaan tersebut dan juga informasi mengenai pihak-pihak terkait misalnya izin Departemen Kesehatan atau Departemen terkait.

Komposisi

Penggunaan teks komposisi harus memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi, teks komposisi berupa keterangan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut.

Berat

Menyatakan isi produk atau banyaknya produk dalam kemasan.

Tanggal Kadaluarsa

Tanggal kadaluarsa merupakan salah satu bagian yang terpenting dalam kemasan makanan, tetapi dalam produk-produk tertentu mendapat ketentuan-ketentuan khusus seperti pada bisnis kecil, atau makanan siap saji.

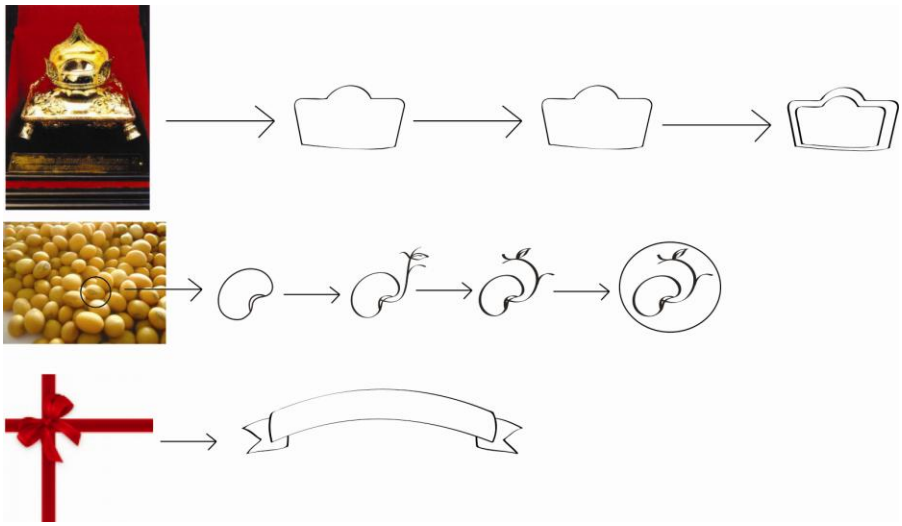
3.5.2 Merek

Merek yang digunakan disini adalah Tahu Tauhid. Membuat sebuah merek yang sesederhana mungkin sesuai dengan target market Tahu Tauhid yaitu semua kalangan, sehingga membuat suatu merek yang cukup memasyarakat.

3.5.2.1 Ilustrasi Merek



Gambar 3.2 Merek Tahu Tauhid



Gambar 3.3 Ilustrasi proses merek

Merek Tahu Tauhid

Merek Tahu Tauhid sendiri melambangkan sebuah pengsederhanaan gambar dari sebuah mahkota, yang berarti tahu tauhid memiliki sebuah keunggulan dari produk tersebut.

Ilustrasi kedelai yang berkecambah dan disederhanakan dari bentuk aslinya yang mengartikan kedelai sebagai salah satu bahan utama dalam pembuatan produk tersebut. ilustrasi pita adalah melambangkan suatu kualitas, ataupun jaminan dari suatu produk termasuk Tahu Tauhid ini selain itu pita juga merupakan mudah menerima pendapat, saran serta kritik orang lain dan juga bisa menjadi seutas tali sebagai pengikat persaudaraan antara konsumen dan produsen. Sebuah titik dua merupakan sebuah keseimbangan yang dimiliki oleh tahu tauhid, keseimbangan yang dimaksud adalah

merupakan keseimbangan antara rasa yang dimiliki produk tersebut sesuai dengan harga yang dikeluarkan.

3.1.1.1 Sub-Nama Merek



Gambar 3.4 Sub-Nama Merek

Berupa Ragam atau macam yang dikeluarkan oleh merek tersebut. Misalnya : Tahu Mentah, Tahu Keju, Risoles Tahu, Tahu *Crispy*, dan Tahu Pedas. Tipografi yang digunakan pada sub Merek tersebut pun memiliki ketebalan dan kejelasan agar lebih mudah dimengerti oleh konsumen.

3.5.3 Tagline

Tagline yang ditampilkan pada merek tersebut merupakan tagline yang dapat mewakili keadaan yang ada dalam tahu tauhid, yaitu ***“ Varian Tahu ”*** di tahu tauhid terdapat berbagai macam varian tahu, dimana masih bnyak orang yang belum mengetahui hal tersebut

3.5.4 Studi Tipografi

Font Merek

Tahu Tauhid

Maagkrap

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123 567890!`@#$%^&*()?:;"

Pemilihan tipografi pada tulisan Tahu Tauhid ini dipilih tipograpy Maagkrap, dikarenakan tipografi tersebut mewakili karakteristik dari tahu sendiri, yaiu tidak tajam, lembut.

Font Sub- Nama Merek

Tahu Pedas

Tw Cen MT Condensed Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!`@#$%^&*()?:;"

Tipografi yang digunakan pada sub Merek tersebut pun memiliki ketebalan dan kejelasan agar lebih mudah dimengerti oleh konsumen.

Font Tagline

Varian Tahu

Celine Dion Handwrit



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!` @#$%*|\?::

Tagline *"Varian Tahu"* menggunakan tipografi Celine dion Handwirt, dikarenakan font tersebut mewakili sesuatu yang tradisional.

Font Informasi

DINKES P-IRT NO.215321701043

Berlin Sans FB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!`@#$%*|\?::

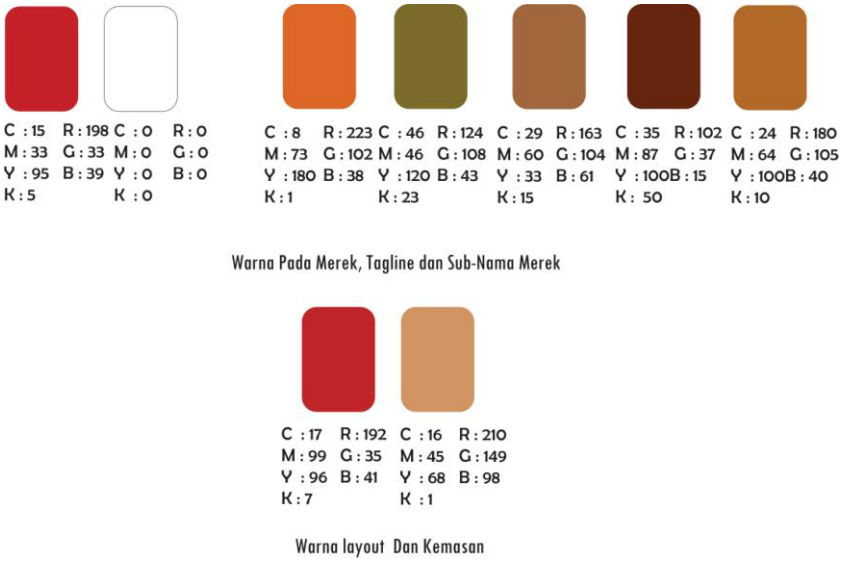
Tipografi yang digunakan dalam teks-teks yang terdapat pada kemasan adalah Berlin Sans FB, karena tipografi tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi.

3.5.5 Fotografi

Data-data gambar menu varian tahu berupa fotografi sebagai elemen pendukung dalam pembuatan media pendukung yang menggunakan kamera DSLR.

3.5.6 Warna

Warna yang digunakan pada merek berwarna merah dan transparant dan pada sub merek alah warna-warna yang mewakili dari rasa produk tersebut, sedangkan warna yang digunakan pada kemasan warna adalah warna coklat kertas dan bening seperti warna yang ada pada kemasan tahu pada umumnya.



Gambar 3.6 Warna