BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan kemasan akan di buat semenarik mungkin dan di dalam sebuah kemasan akan di sertakan sebuah penjelasan yang akan menginformasikan atau bisa membahas tentang besarnya manfaat mengkonsumsi sayuran brokoli dan sekaligus mengajak si konsumen untuk mengkonsumsi sayuran brokoli.

III.1.1 Pendekatan 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 sayuran brokoli yang kaya akan manfaat bagi kesehatan dan untuk meningkatkan daya peroduksi brokoli.

Hal tersebut dikomunikasikan kedalam sebuah visual sebuah desain kemasan yang baik pada setiap kemasan sayuran brokoli yang ada, sehingga sayuran brokoli tersebut memiliki citra yang kuat dan melekat di benak masyarakat ataupun konsumen.

- Tujuan komunikasi perancangan :
  - Memberikan sebuah visual atau gambaran tentang manfaat manfaat yang terkandung dalam sayuran brokoli pada kemasan agar dapat memperkuat daya aktifitas pembeli meningkat.
  - Memberikan kesan keunikan dan kelebihan pada sayuran brokoli.



Gambaran tentang manfaat sayuran brokoli

Gambar III.1 Gambaran Pendekatn Komunikasi

➢ Tema/Pesan Utama

Pesan utama dalam perancangan Desain Kemasan sayuran brokoli ini adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat atau konsumen bahwa sayuran brokoli ini sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh dan layak untuk di konsumsi oleh semua orang. dan dari si brokoli tersebut memilki berbagai jenis-jenis brokoli tetapi dengan manfaat yang sama.



Pesan utama yang ada dalam kemasan sayuran brokoli

Gambar III.2 Gambaran Pesan Dalam Kemasan

- Positioning

Untuk dapat menempatkan produk sayuran brokoli di benak/pikiran masyarakat sebagai target sasaran merupakan suatu hal yang penting karena ini berhubungan dengan citra sayuran brokoli tersebut. Dengan produk yang bermanfaat dan berkualitas bagi masyarakat, maka diperlukan desain kemasan yang cukup baik namun tetap mempertahankan harga dapat menunjukan kekuatan karakter brokoli sehingga menimbulkan suatu kepuasan bagi masyarakat yang mengkonsumsinya.

Pendekatan komunikasi yang disimpulkan menempati dua hal yaitu :

➢ Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan

kemasan sayuran brokoli dengan menampilkan tagline, sub tagline headline dan Beberapa kata pendukung dengan menggunakan bahasa Indonesia formal dan informal yang dipadukan, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan desain adalah semua kalangan ekonomi dengan rentang usia 15 hingga 45 tahun. Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah gaya bahasa Antitesis yaitu merupakan pernyataan yang diungkapkan dengan kata-kata yang saling bertentangan.

- Pendekatan Visual

Dibuatlah sebuah desain yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti garis dan latar belakang agar desain terlihat lebih menarik. Ilustrasi juga digunakan sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita sehingga pesan dapat lebih berkesan. Warna-warna yang akan digunakan adalah warna-warna senada hijau dan kuning ataupun sebangai pelengkap menambah warna biru dan merah seperti karakter andalan sayuran brokoli selain itu warna ini digunakan agar kemasan sayuran brokoli terkesan klasik.



Gambar III.3 Gambaran Pendekatan Visual

III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk menghasilkan desain kemasan sayuran brokoli yang lebih baik, rancangan desain kemasan akan disesuaikan dengan target konsumen dengan menggunakan strategi kreatif yang pas dan tepat sasaran. pertama-tama membuat sebuah tagline yang akan ada pada semua kemasan. Tagline berupa "BROCCOLI FLORETS" kata itu dipilih untuk menanamkan pada benak konsumen bahwa setiap memikirkan sayuran maka sayuran brokoli lah yang akan muncul dipikiran. Hal ini juga dikarenakan taget konsumen berdasarkan aspek psikografisnya yaitu suka berbagai sayuran, penyuka makanan sehat, dan yang suka masak. Sedangkan untuk headline akan dipilih berdasarkan keunggulan dari sayuran brokoli. Selain memunculkan kata-kata tadi pada kemasan juga akan memunculkan sebuah tokoh ilustrasi yang dapat mewakili produk. Selain itu akan ditambahkan Beberapa elemen visual lainnya untuk background agar kemasan terlihat lebih menarik.

III.1.3 Strategi Media

Media yang digunakan meliputi :

- Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan Desain Kemasan sayuran brokoli adalah Kemasan produk sayuran brokoli.

- Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media-media pendukung yang digunakan pada media informasi tentang kemasan sayurab brokoli ini yaitu media-media yang efektif untuk menyampaikan pesan dari permasalahan ini.

- *X-Banner*
    - Merupakan salah satu media untuk membatu perusahaan dalam memberi informasi kepada setiap orang yang melihatnya, tentang produk apa saja yang ada atau sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan.
- Baju SPG
    - Merupakan salah satu media yang digunakan spg. Hal ini untuk memudahkan dalam membedakan konsumen dan spg.

- Stiker
    - Sebuah media promosi berjalan yang akan diberikan pada setiap konsumen yang membeli sayuran brokoli dengan tujuan masyarakat luas akan mengetahui adanya kemasan baru tentang sayuran brokoli.
- Pin
    - Pin akan bertuliskan *tagline,* Pin ini akan dipakai oleh seluruh spg yang menjual sayuran brokoli.

- Mobil Box
    - Salah satu media promosi yang cukup efektif untuk menginformasikan kepada setiap orang yang berada dijalan yang belum mengetahui tentang kemasan sayuran brokoli.
- Poster
    - Poster ini berukuran A3, ditempel di toko-toko ataupun supermarket dimana telah tersedia tempat khusus untuk penempelan poster. Poster ini ditempel di toko-toko atau supermarket dengan maksud agar pengunjung mengetahui bahwa ada keunggulan dari sayuran brokoli.

- PQS
    - Untuk menginformasikan harga sayuran brokoli agar para konsumen tidak hawatir bahwa sayuran brokoli itu harganya tidak terlalu mahal dan sudah fix harganya.
- *Brosure*
    - Untuk menginformasikan tentang kemasan baru sayuran brokoli dan mengenal sayuran brokoli, serta identitas perusahan ada semua dalam *brosure.*
- *Display*
    - Tempat untuk penyimpanan *brosure* agar para konsumen mudah untuk mengmbil *brosure* dan tidak akan berantakan.
- *Flag chain*

- *Flag Chain* menurut kamus bahasa inggris adalah rantai bendera. *Flag Chain* disini berfungsi sebagai media promosi untuk menarik perhatian target audience, media ini diletakkan dengan cara digantung dilangit-langit stag penjualan sayuran brokoli mengingat banyaknya *sign* yang biasa digantung untuk menununjukkan pemberitahuan adanya diskon atau Dengan sangat unik dan menarik

- *Triangle*
  - Kegunaanya hampir sama seperti *flag chain*

- *Shopping bag*

  - *Shoping bag* ini dibuat sebagai merchandise yang dapat digunakan oleh ibu-ibu maupun si konsumen yang membili syuran brokoli. Konsep merchandise ini dibuat sebagai media pendukung yang berfungsi sebagai tas untuk pelindung kemasan brokoli. Tujuan dari merchandise ini ialah agar si konsumen dapat mengingat visual yang terdapat di media utama

III.2 Konsep Visual

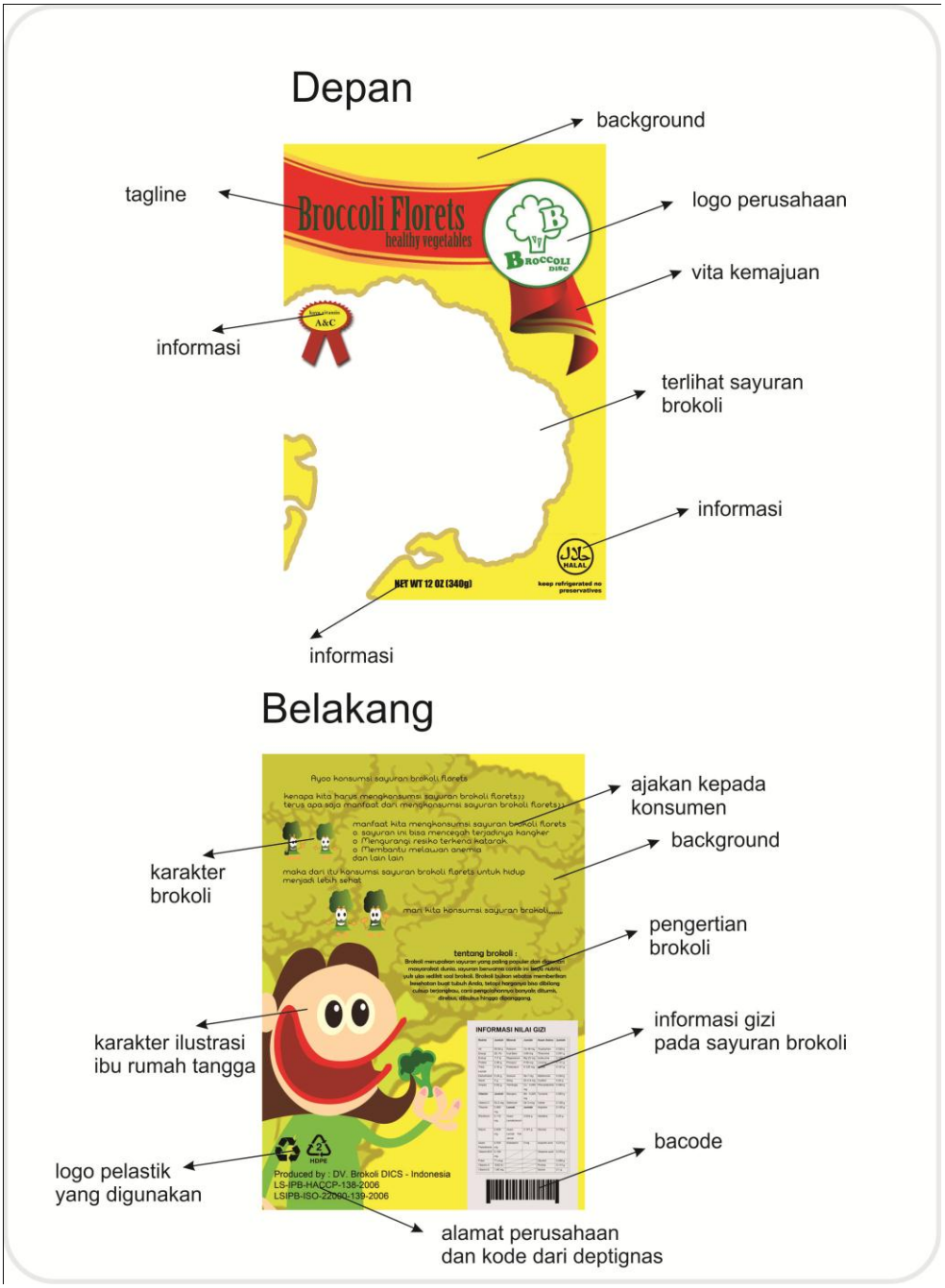
III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain potrait, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo perusahaan, tipografi yang terdiri dari tagline, sub tagline, headline dan keterangan pendukung.

III.2.2 Layout

Layout atau tata letak adalah merangkai unsure-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsure-unsur lainnya) menjadi susunan yang menyenangkan sehingga mencapai tujuan. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil menyolok dan memiliki kesan. Dimana secara

keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang.



Gambar III.4 *Layout* Kemasan Sayuran Brokoli

III.2.3 Huruf

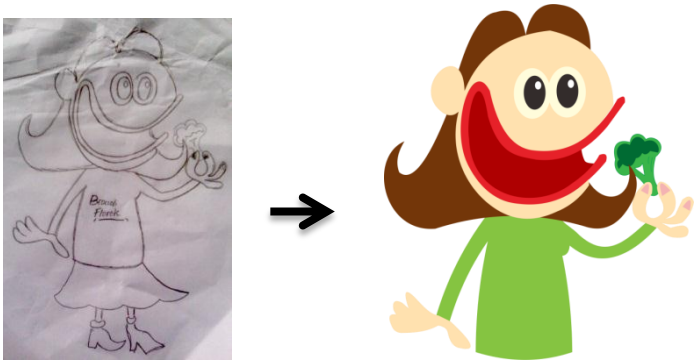
Huruf yang digunakan adalah huruf-huruf yang tidak terlalu tegas agar dapat menrangkum semua kalangan selain itu dipilih huruf yang tidak terlalu tegas untuk menginformasikan bahwa sayuran brokoli ini memiliki karakteristik yang lembut. Huruf tersebut adalah



Gambar III.5 Tipografi

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan desain kemasan ini yaitu sebuah tokoh berbentuk orang dengan memunculkan karakter sedang memakan sayuran brokoli.



Gambar III.6 Proses Pembuatan Ilustrasi

III.2.5 Warna

Warna-warna yang akan digunakan pada perancangan desain kemasan ini yaitu warna-warna yang senada untuk menciptakan kesan klasik pada kemasan.



Gambar III.7 Warna