MUHAMAD ILHAM
52109014
DKV.9

PERANCANGAN MEDIA IDENTITAS KEMASAN BEBEK GARANG

Latar Belakang

BEBEK GARANG
PACKAGING

- Bandung dikenal sebagai wisata kuliner
- Bebek Garang merupakan salah satu rumah makan bebek yang saat ini banyak dikunjungi oleh masyarakat luas.
- Membuka outlet pertamanya berupa gerobak di jalan Dago Bandung pada tanggal 26 Juli 2008 dengan konsep pujasera
- Kemasan bebek garang terbuat dari sebuah bahan karton yang dibentuk persegi.
- Pencitraan sebuak produk tidak tampil pada kemasan bebek garang
- perlu adanya perancangan ulang media identitas pada kemasan untuk memperkuat pencitraan pada bebek garang

Identifikasi Masalah

BEBEK GARANG
PACKAGING

- Tidak tampaknya menu unggulan pada kemasan
- Ilustrasi sulit dimengerti oleh konsumen
- Visualisasi yang di tampilkan cenderung seperti kemasan yang akan disuguhkan kepada anak kecil

Fokus Masalah

BEBEK GARANG
PACKAGING

Perancangn sebuah media identitas produk terkait kemasan yang menarik dan memiliki aturan dan panduan informasi yang jelas agar identitas restoran Bebek Garang terbentuk dengan baik dan dapat memberi pengaruh positif kepada perusahaan.

Tujuan Perancangan

BEBEK GARANG
PACKAGING

- Membuat kemasan yang sesuai dengan produk agar dapat digunakan seefektif mungkin
- Membuat desain kemasan yang baik dan menarik dan diharapkan dapat meningkatkan citra produk bebek garang
- Mengembangkan tampilan baru pada kemasan bebek garang

BAB 2 KEMASAN

- Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk
- Dalam prinsip pemasaran dikenal 4 elemen penting dalam strategi pemasaran, yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat) dan Promotion (promosi). Namun demikian, dewasa ini banyak pakar pemasaran yang menganggap kemasan (Packaging) sebagai P kelima dalam elemen strategi pemasaran. Sebuah kemasan yang berhasil merupakan perpaduan antara pemasaran dan desain.

Profil Bebek Garang

Bebek Garang (Segar Merangsang) merupakan restoran bebek yang mempunyai kelas dan keunggulan tersendiri. Bebek Garang merupakan rumah makan yang menyajikan berbagai variasi menu dan bebek sebagai menu utama

Dari segi produk, Bebek garang mengedepankan kualitas dan variasi produk. Mereka punya berbagai macam menu bebek dengan bahan dasar rempah rempah yang unik dan komersil

Menu unggulan Bebek Garang



Bebek Debus



Bebek Kagol Negro



Bebek Buas



Bebek Basis

BEBEK GARANG
PACKAGING

Produk makanan yang ditawarkan di rumah makan bebek garang sangatlah bervariasi dan memiliki nama yang unik antara lain adalah :

Kemasan Bebek Garang









BEBEK GARANG
PACKAGING

Berikut adalah Kemasan yang DIdapat ketika survey ke restoran bebek garang di jln Braga.

Letak Bebek Garang

Dalam perjalanannya Bebek Garang pernah mengalami beberapa kali perpindahan tempat sebelum menempati outlet pertamanya di jl.Sulanjana no.19



Dengan berlajunya waktu kini Bebek Garang sudah mempunyai 5 outlet yaitu

- JL.Sulanjana19
- Jl. Braga 34
- Jl.Cibabat 419,
- Jl. Riau 114
- dan Staits kitchen lantai 2 Bandung Super Mall (BSM).

Analisis SWOT

- **Strength (Kekuataan)**

Kemasan telah banyak dikenal oleh orang. Biaya produksi kemasan terjangkau.

Tindakan :

Akan tetap mempertahankan adanya gaya visual ilustrasi pada kemasan, namun konsep ilustrasi akan disesuaikan dengan segmentasi Aspek demografis yang tertera bahwa bebek garang mayoritas remaja-dewasa umur 19 – 30 tahun.

- **Weakness (Kelemahan)**

  tidak adanya produk unggulan yang ditampilkan pada visual kemasan .

Tindakan :

Kemasan dibuat lebih maksimal dengan menampilkan produk unggulan.

- **Opportunity (Peluang)**

  Kemasan Menjangkau semua kalangan

Tindakan :

Akan tetap menjangkau semua kalangan, Namun akan lebih menarik kalangan menengah keatas.

- **Threatment (Ancaman)**

  Banyak kemasan yang lebih baik dan terkesan berkelas

Tindakan :

Kemasan akan mudah diingat dan akan menjadi identitas perusahaan, dengan desain kemasan yang baik kemasan akan memiliki kesan berkelas (menengah ke atas).

Segmentasi Pemasaran

- **Aspek Demografis**

Usia	: Remaja – Dewasa (19 Sampai 30 tahun)
Gender	: pria dan wanita
Pekerjaan	: Mahasiswa, Karyawan/Karyawati
Status Sosial	: Menengah-atas, dan kelas pekerja
Agama	: semua golongan

- **Aspek Geografis**

  Primary : Kota Bandung

  Secondary : Kota Cimahi

- **Aspek Psikografis**
  - Gaya Hidup

    Mempunyai gaya hidup berwisata kuliner, penyuka jajanan sehat
  - Kepribadian

    Suka bersosialisasi, dan menyukai hal-hal yang berbau Entertaiment.

- Behaviour
  - ➢Kesempatan Penggunaan: Menyukai sesuatu yang dapat bebas pilih oleh konsumen melalui daftar menu.
  - ➢Manfaat Yang Dicari: Menjadi tempat santap siang atau menjadi tempat makan bersama keluarga sekaligus menikmatinya langsung dilokasi.
  - ➢Tingkat Pemakaian: Kalangan masyarakat yang belum pernah mengkonsumsi hingga yang sering menkonsumsi.

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

BEBEK GARANG
PACKAGING

- **Pendekatan Komunikasi**
  - Pendekatan verbal yang akan dilakukan dalam perancangan media identitas kemasan bebek garang ini dilakukan dengan menampilkan tagline, sub tagline, informasi Selain itu dibuatkan sebuah ilustrasi agar tidak menghilangkan gaya visual kemasan bebek garang yang sebenarnya. Dalam ilustrasi tersebut menceritakan sebuah keunggulan dan fasilitas yang dibuat secara tertata dan mudah dibaca oleh konsumen.
  - Pendekatan visual disampaikan melalui desain kemasan bebek garang yang akan dirancang melalui sebuah desain yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti logo dan ilustrasi agar dam gambar foto agar desain terlihat lebih menarik. Ilustrasi juga digunakan sebagai gambaran pesan yang terbaca agar dapat mengurai cerita sebuah fasilitas dan keunggulan yang dimiliki oleh bebek garang sehingga pesan dapat lebih berkesan.

Analisa Visual dan Tujuan perancangan

- Analisa Visual : Pada kemasan dan logo Bebek Garang secara keseluruhan visual Nampak jelas namun dari hasil penelitian ditemukan tidak konsistennya pengaplikasian visual pada kemasan, dan tidak adanya spesifikasi produk yang dikeluarkan.
- Tujuan Perancangan :
  - Memberikan sebuah visual dan pencitraan pada kemasan agar dapat memperkuat perusahaan.
  - Memberikan kesan keunikan dan kelebihan pada Bebek Garang

Strateri Kreatif

BEBEK GARANG
PACKAGING

Hal yang akan dimunculkan pada media identitas kemasan yaitu harus jelas dan mudah dipahami oleh target sasaran. Untuk memunculkan ketertarikan dari target sasaran terhadap perancangan ulang media identitas kemasan bebek garang dibutuhkan desain yang menarik dan inofatif.

Dengan menampilkan logo bebek garang sebagai identitas perusahaan serta di padukan dengan gambar foto produk unggulan yang seolah menjadi sebuah pencitraan untuk bebek garang, serta penyampaian pesan lewat vector ilustrasi yang menyampaikan fasilitas bebek garang, Dan informasi informasi yang di tampilkan secara jelas dan mudah dibaca

Strategi Media

- Media utama yang digunakan dalam perancangan media identitas ini adalah kemasan produk bebek garang.
- **Media pendukung :**
  - Delivery Service
  - X-Banner
  - Sticker
  - Brosur
  - Flyer
  - Flag chain
  - Spanduk
  - Pembatas buku
  - Mobil box
  - Daftar menu
  - Seragam karyawan
  - Nampan

BEBEK GARANG
PACKAGING

Media Utama

Kemasan Bebek Garang

BEBEK GARANG
PACKAGING





Media Pendukung

BEBEK GARANG
PACKAGING



Delivery Service



X Banner



Spanduk

BEBEK GARANG
PACKAGING



Daftar Menu



Flyer



Flag Chain

BEBEK GARANG
PACKAGING



Seragam Karyawan

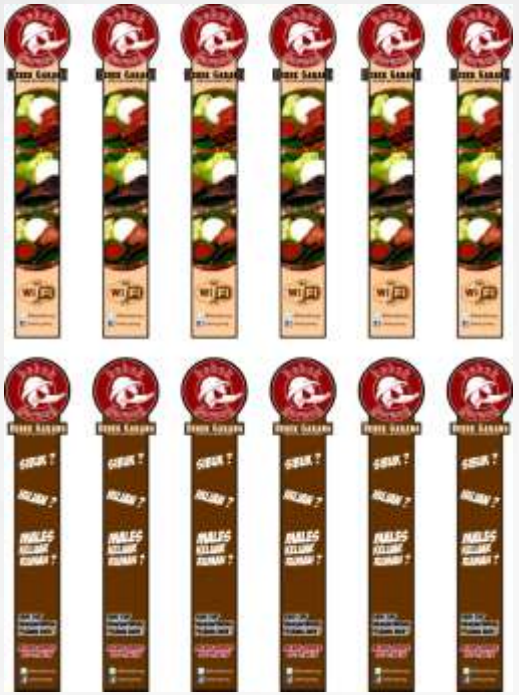


Nampan



Mobil Box

BEBEK GARANG
PACKAGING



Pembatas Buku



Brosur



Stiker

Konsep Visual

BEBEK GARANG
PACKAGING

- *Layout* yang digunakan pada setiap media yaitu Landscape
- Ilustrasi yang akan digunakan adalah foto produk Unggulan Serta diberikan ilustrasi untuk mewakili infomasi yang disampaikan
- Warna warna yang akan digunakan adalah warna dominan coklat
- Jenis huruf yang digunakan adalah Pintedly Mad, Impact, Arial Rounded MT Bold, Baddaboom BB, dan Comic Sans MS

BEBEK GARANG
PACKAGING

TERIMA KASIH