BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi pada perancangan ini merupakan pembuatan rancangan media identitas pada kemasan bebek garang.Perancangan kemasan bebek garang ini bertujuan untuk memberikan identitas visual yang jelas dan konsisten, serta pembuatan kemasan yang terbuat dari bahan Karton. Perancangan ini dikembangkan dengan cara menampilkan visualisasi Produk unggulan serta ilustrasi, yang bertujuan untuk memajukan citra yang kuat dan melekat di masyarakat/konsumen

- Pendekatan Visual

  Komunikasi visual disampaikan melalui desain kemasan bebek garang yang akan dirancang ulang 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 desain terlihat lebih menarik.Ilustrasi juga digunakan sebagai gambaran pesan yang terbaca agar dapat mengurai cerita sehingga pesan dapat lebih berkesan.



Kemasan tampak Depan | Kemasan tampak Belakang

Kemasan tampak Samping | Bentuk Kemasan

Gambar 3.1 Visualisasi kemasan

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan dilakukan dalam perancangan media kemasan bebek garang ini memberitahukan kepada setiap konsumen tentang adanya kemasan baru yang akan dikeluarkan oleh Bebek Garang. Melalui media pendukung Spanduk dan*Flag chain* yang akan dipasangkan pada *outlet* bebek garang, serta pada sebuah nampan yang menampilkan informasi tentang adanya kemasan baru yang akan dikeluarkan oleh Bebek Garang.

- 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 komunikasi perancangan :

  - Memberikan sebuah visual pada kemasan agar dapat memperkuat perusahaan.
  - Memberikan Pencitraan dan kelebihan pada Kemasan Bebek Garang
  - Memberikan ilustrasi dengan informasi sebuah bentuk ajakan untuk datang dan menikmati sajian restoran bebek garang, serta memberitahukan informasi tentang fasilitas yang ada di bebek garang.

- Materi Pesan :

  - Bebek Garang merupakan restoran bebek yang kini telah banyak dikonsumsi oleh masyarakat luas.
  - Bebek debus dan bebek kagok negro merupakan menu unggulan nya.
  - Makalah ditujukan pada Perancangan sebuah media identitas kemasan bebek garang
  - Kemasan dibuat dari bahan *Duplex* 290 gr

- Visualisasi yang dampilkan berupa Gambar foto, *vector*
- Ilustrasi menggambarkan 2 orang mahasiswi yang mengajak dan membicarakan fasilitas yang ada di bebek garang
- Informasi diterapkan pada kemasan, berupa *delivery service*, alamat *outlet* dan alamat jejaring sosial

III.1.2 Strateri Kreatif

Untuk perancangan kemasan Bebek Garang diperlukan pemahaman pada permasalahan yang ada. Untuk bisa memecahkan masalah maka strategi yang digunakan antara lain :

- Menggunakan identitas visual Logo dan *Tagline* Bebek Garang pada kemasan agar konsumen mengetahui bahwa produk berasal dari perusahaan bebek garang.
- Menampilkan produk unggulan bebek garang sebagai bentuk pencitraan pada kemasan.
- Membuat ilustrasi pada kemasan agar tidak menghilangkan gaya visualisasi kemasan yang lama yang sudah melekat pada pada benak konsumen, namun langkah dalam pembuatan ilustrasi di ubah menjadi 2 orang mahasiswi yang sedang berbicara dalam bentuk ajakan untuk bergabung ke Bebek Garang
- Informasi diterapkan pada kemasan, berupa *delivery service*, alamat *outlet* dan alamat jejaring sosial,untuk memudahkan konsumen dalam pencarian *outlet* bebek garang .
- Menggunakan bahan *duplex* dicetak menggunakan digital printing

III.1.3 Strategi media

Media yang digunakan meliputi :

- Media Utama

  Media utama yang digunakan dalam perancangan media identitas kemasan adalah kemasan produk bebek garang, yang dirancang dengan menambahkan sebuah produk unggulan bebek garang sebagai bentuk pencitraan yang dapat dengan mudah dikenal dan dipahami oleh para konsumen, Serta memberikan ilustrasi berupa bentuk ajakan dan informasi tentang fasilitas yang disediakan oleh Bebek Garang



Gambar 3.2 Tampilan kemasan

- Media Pendukung

  Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, maka media pendukungnya meliputi :

  - *Delivery Service*

    Salah satu media promosi yang efektif untuk mengantarkan pesanan kepada setiap konsumen yang menggunakan jasa pesan antar bebek garang

  - *Flyer*

    Merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif untuk memberi informasi kepada setiap orang, tentang promosi yang ada di Bebek garang

  - X banner

    Media yang membatu perusahaan untuk memberi informasi kepada setiap orang yang melihatnya, tentang informasi apa saja yang ada atau dikeluarkan oleh perusahaan Bebek Garang

  - Spanduk

    Spanduk sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan atau membuat orang banyak mengetahui kehadiran kemasan baru yang disuguhkan oleh bebek garang, Sehingga melalui spanduk dapat menampilkan gambar maupun informasi yang menunjang minat konsumen.

- Brosur

  Dengan brosur akan lebih memudahkan konsumen memahami kelebihan produk yang ditawarkan, untuk itu dibuatkan brosur yang didalamnya berisikan tentang promosi kemasan bebek garang yang baru
- Pembatas buku

  Berfungsi sebagai *Souvenir* yang bermanfaat untuk para konsumen, dalam pembatas buku ini dicantumkan informasi *delivery servi*ce untuk mempermudah konsumen dalam melakukan jasa pesan antar
- Nampan

  Sebuah media untuk mengantarkan produk kepada pelanggan, dalam nampan ini di tampilkan sebuah promosi kemasan baru yang
- Mobil box

  Berfungsi untuk mengirimkan produk dalam jumlah yang banyak, Manfaatnya untuk mempromosikan kepada masyarakat tentang keberadaan bebek garang
- Seragam karyawan

  Merupakan salah satu media yang digunakan pegawai. Hal ini untuk memudahkan dalam membedakan konsumen dan pegawai.
- *Flag chain*

  Untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang kemasan yang baru
- Stiker

  Sebagai *souvenir* yang akan diberikan kepada para konsumen
- Daftar menu

  Sebagai media yang menginformasikan produk yang dijual kepada konsumen, media ini merupakan salah satu sarana untuk mempermudah konsumen mengetahui atau mencari produk Bebek Garang. Selain itu diberikan pula informasi tentang *delivery service*untuk mempermudah para konsumen jikalau berhalangan untuk datang ke outlet bebek garang

III.1.4 Strategi Distribusi

Bulan / Media	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Kemasan						
Spanduk						
Brosur						
Flyer						
X-Banner						
Mobil Box						
Pembatas Buku						
Menu						
Seragam						
Nampan						
Flag Chain						
Stiker						
Mobil box *delivery service*						

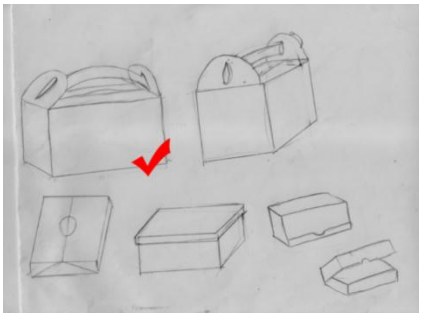
Tabel 3.1 Tabel Distribusi

Kemasan, mobil box dan motor *delivery service* diluncurkan pada bulan februari karena akan dipergunakan setiap hari, sementara Spanduk, Brosur, Menu, Seragam, dan Nampan diluncurkan pada bulan yang sama bertujuan untuk memberitahukan secara serempak dengan adanya kemasan yang baru melalui media tersebut. Flag chain diluncurkan pada bulan april dan mei sebagai pengganti spanduk yang bertujuan untuk mengingatkan kembali tentang kemasan baru. X banner dikeluarkan pada awal juni hingga juli yang bertujuan untuk memberitahukan informasi *delivery service* karena berdekatan dengan bulan puasa, Pembatas buku dikeluarkan pada bulan mei untuk *souvenir*, Sementara Stiker dibagikan pada pada pertengahan bulan juli untuk saat banyak pengunjung yang berdatangan dari luar kota sehingga diharapkan identitas Bebek Garang lebih cepat dikenal oleh konsumen dari luar bandung.

III.2 Konsep visual

Berikut adalah konsep visual Perancangan media identitas kemasan Bebek Garang:

III.2.1 Format Desain



Gambar 3.3 Sketsa Format desain kemasan

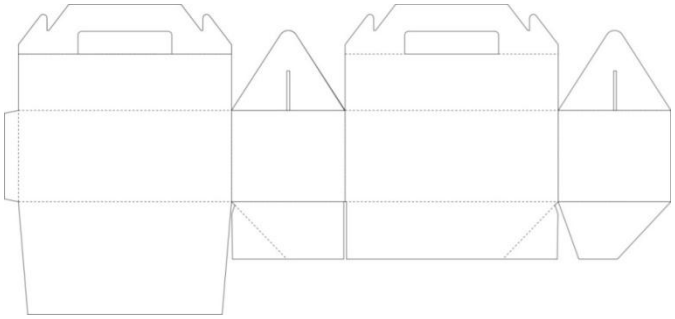
Format kemasan bebek garang diambil seperti ini untuk menutupi masalah yang ada, yaitu pada kemasan yang mudah terbuka, dengan dibentuk persegi panjang serta diberikan sebuah pegangan diatas kemasan, untuk memudahkan menjinjing pada kemasan serta memberikan penutupan yang rapat pada kemasan sehingga kemasan tidak mudah terbuka.



Gambar 3.4 Format desain kemasan

III.2.2 Tata Letak (*Lay out*)

Layout yang digunakan pada setiap media yaitu *landscape* , disesuaikan dengan media yang digunakan 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 3.5 *Layout* Kemasan

Keterangan :

- *Tagline* :Sebuah nama, tanda kepemilikan dan representasi produk dan tempat. Merek disini adalah Bebek Garang.
- *Sub Tagline* : Segar Merangsang yaitu berupa kepanjangan dari Garang
- Logo : Sebuahbentuk gambar dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan bebek garang itu sendiri
- Informasi : Informasi yang dicantumkan berupa Outlet Bebek Garang, *Deliery Service*, dan Alamat *Social Network*
- Gambar Produk unggulan : Gambar Produk unggulan dicantumkan agar terdapat sebuah cita rasa produk unggulan yang di tampilkan pada Kemasan.
- Ilustrasi : Ilustrasi juga ditampilkan agar tidak meninggalkan sisi gaya visual kemasan yang aslinya.

III.2.3 Tipografi

Berikut adalah pemilihan Font yang tertera pada perancangan media identitas Bebek Garang

- Font *Tagline*



Gambar 3.6 Tipografi *Tagline*

Pointedly Mad

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U W X Y Z

! @ # $ % ^ & * ( ) <> . ,

Pemilihan tipografi pada tulisan Bebek Garang ini dipilih font Pointedly Mad, dikarenakan tipografi tersebut mewakili karakteristik dari font yang di tampilkan pada logo bebek garang, selain itu font ini memiliki karakteristik sebagai font yang terkesan klasik

- Font Informasi



Gambar 3.7 Tipografi Informasi

Impact

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u w x y z

! @ # $ % ^ & * ( ) <> . ,

Tipografi yang digunakan pada informasi adalah font Impact, karena font tersebut pun memiliki ketebalan dan kejelasan agar lebih mudah dimengerti oleh konsumen.

- Font Ilustrasi



Gambar 3.8 Tipografi ilustrasi

Comic Sans MS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u w x y z

! @ # $ % ^ & * ( ) <> . ,

Tipografi yang digunakan pada Ilustrasi adalh Font Comic Sans MS, Digunakan Font tersebut selain mudah dibaca dan dimengerti oleh konsumen, agar terlihat seperti konsep komik, karena pada ilustrasi tersebut terlihat 2 sosok mahasiswi yang sedang mengobrol.

- Font X banner dan spanduk



Gambar 3.9 Tipografi pada X Banner dan Spanduk

BADABOOM BB

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U W X Y Z

! @ # $ % & * ( ) . ,

Tipografi yang digunakan pada X banner dan Spanduk adalahbadaboom BB, karena font tersebut dapat mudah dibaca oleh konsumen walaupun dalam posisi dari jarak jauh .

III.2.4 Ilustrasi

Tujuan Sebuah Ilustrasi di tampilkan pada kemasan Bebek Garang ini agar tidak menghilangkan gaya visual pada kemasan bebek garang yang aslinya. Namun pada perancangan kemasan ini ilustrasi dirubah konsep menjadi dua orang mahasiswi yang sedang berbincang, Ilustrasi dirubah untuk disesuaikan dengan segmentasi Aspek demografis yang tertera bahwa bebek garang mayoritas remaja-dewasa umur 19 – 30 tahun

Dalam ilustrasi orang yang pertama tertera sebuah tulisan *"Heyy..!! come on join to Bebek garang"* yang berarti sebuah ajakan untuk bergabung di bebek garang. Pada ilustrasi orang kedua tertera tulisan *"Yeahh Free WIFI, Nice Spot for hang out"* yang berarti menonjolkan keunggulan Fasilitas yang disediakan di bebek garang.



Gambar 3.10 Sketsa Ilustrasi

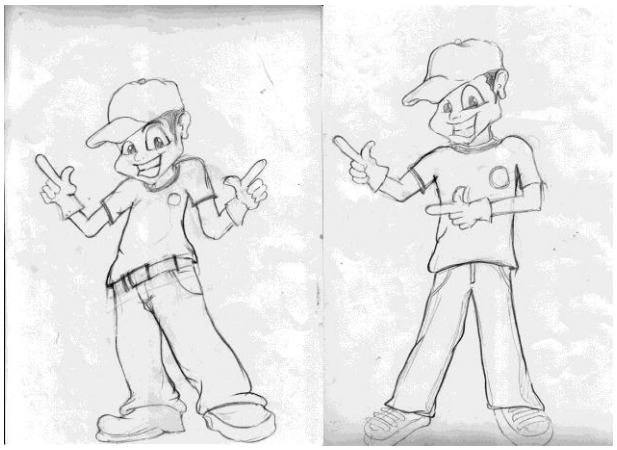


Gambar 3.11 Hasil Tracing ilustrasi



Gambar 3.12 ilustrasi yang ditampilkan pada kemasan

Selanjutnya Pada ilustrasi yang lain dibuatkan ilustrasi karyawan *delivery service* dengan raut wajah ceria yang menyatakan kesiapan nya untuk mengantarkan pesanan sampai pada tujuan. Ilustrasi ini akan ditampilkan pada media pendukung X- Banner, Stiker dan brosur yang bersangkutan dengan *delivery service.*



Gambar 3.13 Sketsa ilustrasi



Gambar 3.14 hasil tracing ilustrasi

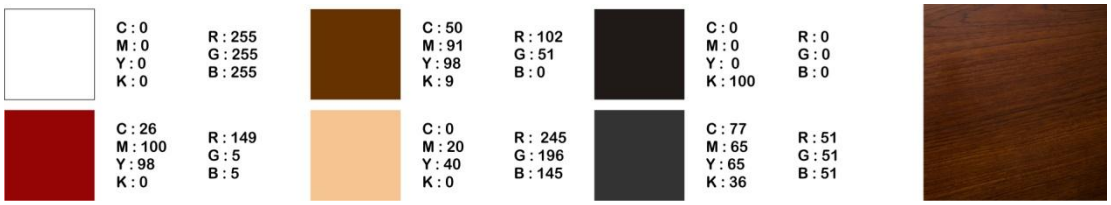


Gambar 3.15 ilustrasi yang ditampilkan pada media pendukung

III.2.5 Warna

Warna adalah peranan dalam membuat kemasan, karena warna adalah visual yang paling menonjol dalam suatu kemasan, Warna yang digunakan pada *tagline* berwarna hitam dan putih dan pada logo adalah merah. Kemasan didominasi oleh warna coklat yang dipadukan pada tekstur kayu agar kemasan tampak kokoh dan elegan, warna coklat diambil dari warna bebek kagok negro yang berwarna coklat tua. Warna coklat memiliki nilai klasik dan tidak mencolok,

Selain itu Menurut Dr. Ir. Eko Nugroho, M.Si dalam bukunya yang berjudul Pengenalan teori warna mengatakan bahwa warna coklat memiliki arti psikologis perlindungan, kesederhanaan, stabilitas, keutuhan, dapat diandalkandan menekankan sebuah produk yang tidak mahal. Dan menurut mitos yang ada bahwa kemasan makanan di Amerika sering memakai warna coklat dan sangat sukses.



Gambar 3.16 Warna